658
B852e

Büchner, Richard.

Einzelhandel und mittelstands-

politik.

Return this book on or before the
Latest Date stamped below.

University of Illinois Library

FEB 23 1954
SEP -7 1963
DEC 15 1955
OCT 9 1963
MAY 26 1956
NOV -5 1963
JUN -6 1956
AUG 16 1956
DEC 3 1963
DEC 30 1963
MAR -5 1962
AUG -7 1962
2-4 1964
OCT -6 1964
OCT 15 1962
JAN -2 1963
JUL 18 1963

L161—H41

99

Mitteilungen aus dem handelswissenschaftlichen Seminar
der Universität Zürich. Neue Folge. Heft 64.

Herausgegeben von
Prof. Dr. G. Bachmann, Prof. Dr. R. Büchner und Prof. Dr. O. Juzi.

Einzelhandel und Mittelstandspolitik

von

Dr. Richard Büchner
ord. Professor der Nationalökonomie
an der Universität Zürich

VERLAG VON SCHULTHESS & CO, ZÜRICH, 1940

Mitteilungen aus dem handelswissenschaftlichen Seminar der Universität Zürich.

Die einzelnen Hefte können direkt vom Verleger wie auch im Buchhandel bezogen werden.

Heft

1: †**Die Reichsbank-Bilanz,** von Fritz Fuchs, 1908, 44 S. mit 3 Tabellen, Verlag von G. Krebs in Basel Preis **Fr. 1.—**

2: †**Schweizerische Investment-Trusts,** von Arthur Stampfli, 1909, 32 S. Verlag von G. Krebs in Basel Preis **Fr. 0.80**

3: †**Die Schweizerische Volksbank 1869—1908,** von Dr. W. J. Kolatschek, 1909, 116 S. Verlag von G. Krebs in Basel Preis **Fr. 2.—**

4: †**Die Bilanz der Schweizerischen Nationalbank,** von Arthur Stampfli, 1909, 45 S. Verlag von G. A. Glöckner in Leipzig Preis **Fr. 1.—**

5: †**Die Notenbanken im Finanzdienst des Staates unter besonderer Berücksichtigung der Schweiz. Nationalbank,** von A. M. Rothweiler, stud. jur., 1910, 36 S. Verlag von G. Krebs in Basel Preis **Fr. 0.80**

6: †**Les transformations industrielles dans l'horlogerie suisse,** par Henri Borle, stud. jur., 1910, 28 p. Verlag von G. Krebs in Basel Preis **Fr. 0.50**

7: †**Die Diskontierung von Buchforderungen,** von Jakob Büchi, 1910, 17 S. Verlag von G. Krebs in Basel Preis **Fr. 0.40**

8: †**Die Organisation der Zürcher Effektenbörse und der Entwurf zum neuen Börsengesetz,** von W. Bleuler, 1911, 48 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.50**

9: †**Die Rechnungswährungen der Banken,** von W. Haefliger, 1910, 24 S. Verlag von Bleyl & Kämmerer, Dresden-Blasewitz Preis **Mk. 0.30**

10: †**Zur Frage einer schweizerischen Hypothekenbank,** von Ernst Wetter, 1911, 29 S. Verlag von G. Krebs in Basel Preis **Fr. 1.—**

11: †**Die Technik der Wechselpensionen,** von Dr. Fritz Suntych, 1911, 84 S. Verlag von G. A. Glöckner in Leipzig Preis **Fr. 2.40**

12: †**Das Bankakzept im Dienste des Betriebskredits,** von Carl Schauwecker, 1911, 80 S. Verlag Carl Ernst Poeschel in Leipzig Preis **Fr. 1.20**

13: †**Zur Frage der Liquidität der Bilanz,** von Hch. Zimmermann, Zürich, 1912, 25 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 0.50**

14: †**Theorie der doppelten Buchhaltung entwickelt auf Grund der Bilanzgleichung,** Leitsätze mit 7 Beilagen, von Prof. H. Biedermann, Zürich, 1912, 16 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 2.50**

15: **Die Getreidebörse in Zürich und der schweizerische Getreidehandel,** von Hans Signer, Zürich, 1912, 56 S. Verlag von Schultheß & Co., Zürich Preis **Fr. 1.—**

16: **Zur Verstaatlichung der Aargauischen Bank,** von Arthur Schmid, 1912, 16 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 0.50**

17: **Das Notenbankwesen der Vereinigten Staaten und seine Reform,** von Otto Hulftegger, 1913, 13 S. Verlag von Schultheß & Co., Zürich Preis **Fr. 1.50**

18: †**Der amerikanische Baumwoll-Konnossementenschwindel,** von Otto Hulftegger, 1913, 13 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 0.30**

19: †**Die Mittel der äußeren Valutapolitik,** eine systematisch-kritische Darstellung von Eduard Kellenberger, 1913, 42 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.—**

20: †**Ueber den Export von Maschinen nach Japan und den Anteil der schweiz. Maschinenindustrie an demselben,** von Arthur Heber, 1913, 48 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 2.—**

21: **Der Eierhandel,** von David Weidenfeld, 1913, 40 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.50**

22: †**Taylor's Betriebssystem,** von Wilhelm Wirz, 1913, 41 S. mit 3 Diagrammen. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.—**

23: †**Die Verstaatlichung der Gotthardbahn,** von Dr. Emil Fäs, 1914, 68 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.50**

24: †**Der Erneuerungsfonds bei den schweizerischen Hauptbahnen vor ihrer Verstaatlichung,** von Dr. Emil Fäs, 1914, 96 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 3.—**

† Vergriffen.

(Fortsetzung siehe Seite 3 des Umschlages)

Mitteilungen aus dem handelswissenschaftlichen Seminar
der Universität Zürich. Neue Folge. Heft 64.

Herausgegeben von
Prof. Dr. G. Bachmann, Prof. Dr. R. Büchner und Prof. Dr. O. Juzi.

Einzelhandel und Mittelstandspolitik

von

Dr. Richard Büchner
ord. Professor der Nationalökonomie
an der Universität Zürich

VERLAG VON SCHULTHESS & CO, ZÜRICH, 1940

Digitized by the Internet Archive
in 2025 with funding from
University of Illinois Urbana-Champaign Alternates

https://archive.org/details/einzelhandelundm00buch

658
B852e

Inhaltsverzeichnis.

Einleitung 5

I. Die Organisationsformen des Einzelhandels 9

A. Wanderhandel und seßhafter Einzelhandel 10

B. Gemischtwarenhandlung und Fachgeschäft 12

C. Warenhaus und Massenzweiggeschäft 15

D. Versand-, Abzahlungs- und Einheitspreisgeschäft 18

II. Die Entwicklung des Schweizerischen Einzelhandels 21

III. Die staatliche Wirtschafts- und Finanzpolitik in Bezug auf den Einzelhandel. 40

A. Massnahmen gegenüber besonderen Organisationsformen des Einzelhandels 41

B. Öffentliche Wettbewerbsordnung 45

C. Direkte Eingriffe in die Preisbildung 46

IV. Die Warenhaussteuer insbesondere und ihre Auswirkungen . . 48

V. Der Mittelstand und die Strukturwandlungen des Wirtschaftslebens 60

Anhang 71

Tab. I. Zu- und Abnahme der Handelsbetriebe in der Schweiz seit 1905 72

Tab. II. Prozentuale Zu- und Abnahme der einzelnen Handelszweige in der Schweiz seit 1905 74

Tab. III. Verteilung der in den schweizerischen Handelsbetrieben beschäftigten Personen nach Größenklassen der Betriebe, 1905 und 1929 76

Tab. IV. Betriebe und Unternehmungen des schweizerischen Einzelhandels, 1929 78

Tab. V. Betriebe und Unternehmungen des schweizerischen Einzelhandels nach Gruppen, 1929 79

Tab. VI. Unternehmungen des schweizerischen Einzelhandels mit Lebensmitteln, 1929 80

Tab. VII. Kosten im deutschen Einzelhandel, 1930—1935 . . 81

Tab. VIII. Zusammensetzung der Kosten im deutschen Einzelhandel, 1935 83

Tab. IX. Ergebnisse der allgemeinen und der besonderen Umsatzsteuern in Frankreich und Deutschland . . . 85

Literaturübersicht 87

Einleitung.

Die Gestaltung menschlicher Bedarfsdeckung ist im dauernden Wandel begriffen. Für jeden Zeitabschnitt läßt sich das Vorhandensein einer Mehrzahl ineinandergreifender Wirtschaftssysteme feststellen. Man kann lediglich sagen, daß in einer bestimmten Epoche ein Typus vorherrscht. Nur in diesem sehr eingeschränkten Sinne ist es möglich, in bezug auf die Gegenwart vom kapitalistischen Wirtschaftssystem zu sprechen, das vor allem durch die freie Konkurrenz und die Herrschaft des rationalen Erwerbsstrebens charakterisiert wird. Sodann ist zu beachten, daß die Wirtschaft stets von einem Stufenbau der Gebilde getragen wird, die in vielgestaltigen Wechselbeziehungen zueinander stehen. In der Wirtschaft, die immer ein Teilbereich des ganzen menschlichen Zusammenlebens ist, begegnen uns heute als Träger der Bedarfsdeckung zunächst die einzelwirtschaftlichen Gebilde (Haushalte und Unternehmungen), sodann soziale Organisationsformen einfacher und höherer Art (Selbsthilfeorganisationen und ihre Spitzenverbände), und schließlich wird das Gesamtbild des Wirtschaftslebens grundlegend durch das Wirken der öffentlichen Gemeinwesen beeinflußt (staatliche Wirtschaftspolitik). Ein vielgliedriger Stufenbau der Gebilde muß also zusammenwirken, wenn die Bedarfsdeckung der Menschen gesichert sein soll. Diese einfache Feststellung ist wichtig, weil sie uns vor der wirklichkeitsfremden Auffassung bewahrt, daß das Wirtschaftsleben weiter nichts als ein großer preisregulierter Apparat sei, von dem Gütermengen hin und her bewegt werden. Oft denkt man dabei gar nur an Sachgüter und vergißt die unentbehrlichen Dienstleistungen, die so schwer zu zählen, messen und wägen sind. Wirtschaft ist eben nicht nur ein quantitatives, sondern vor allem auch ein qualitatives Problem: Die Art und Weise, wie die Gebilde zueinander in Beziehung treten, ist von hervorragen-

der Bedeutung. Dazu kommt, daß sich das gebildereiche Wirtschaftsleben stets gestaltet im Rahmen der räumlichen Gliederung der Erdoberfläche. Auch hierbei handelt es sich wieder um Eingliederungsvorgänge, indem das Wirtschaftsleben der niedersten Gebietseinheiten (Gemeinden, Städte) sich in immer höhere Einheiten (Gebiete von Staatsteilen, von ganzen Staatsterritorien, Kontinenten, Imperialreichen) einordnet, bis wir schließlich zur gesamten Erdoberfläche (Weltwirtschaft) gelangen. In der Raumgliederung der Erde muß sich das Wirtschaftsleben auseinandersetzen einmal mit bestimmten Naturgegebenheiten und sodann mit den überkommenen Tatbeständen der historisch-politischen Entwicklung. Von größter Bedeutung ist in der Gegenwart die Existenz von Staatsgebieten, auf deren Basis die Volkswirtschaften beruhen, die den Aufbau der ökonomischen Gebilde ganz grundlegend beeinflussen. Die Beachtung der Wirtschaftsräume ist für das Verständnis des ökonomischen Lebens unentbehrlich; wir können z. B. nur so Standortsprobleme oder Eigenarten der Preisbildungsvorgänge begreifen. Schließlich kommt es im Wirtschaftsleben nicht nur auf das Zusammenspiel der Gebilde und Regionen, sondern auch auf das Zusammenwirken der verschiedenen Wirtschaftszweige und ihrer branchenmäßigen Untergliederungen an. Zwischen Erzeugung und Verbrauch besteht nämlich nur in ganz einfachen Wirtschaftsverhältnissen ein unmittelbarer Zusammenhang. In dem Maße, wie sich das Wirtschaftsleben entfaltet, wird der Weg der Güter von der ersten Produktion bis zum letzten Konsum immer länger. Oder genauer gesagt: Eine wachsende Zahl ökonomischer Gebilde muß bei steigender Differenzierung des Wirtschaftslebens nach Wirtschaftszweigen und deren branchenmäßigen Untergliederungen tätig sein, um menschliche Bedarfsdeckung zu gewährleisten. In grob schematischer Weise bringt dies die herkömmliche Gliederung des Wirtschaftslebens zum Ausdruck, die zu scheiden pflegt zwischen der Urproduktion, der Stoffveredelung, dem Handel und dem Verkehr; daneben müßten dann zum mindesten noch zwei wichtige Zweige der Leistungsproduktion genannt werden: das Bank- und das Versicherungsgewerbe. Aber diese vorläufige Orientierung genügt bereits,

um zu erkennen, daß mit wachsender Entfaltung des Wirtschaftslebens neben der Gewinnung der Rohstoffe (Urproduktion), ihrer Veredelung (Gewerbe), der Raumübertragung von Gütern, Menschen und Nachrichten (Verkehr) zahlreiche weitere spezialisierte Dienstleistungen notwendig sind, um die Bedarfsdeckung der letzten Verbraucher zu ermöglichen. Zu diesen unentbehrlichen Formen der Leistungproduktion gehört der Handel, d. h. die auf Vermittlung des Güteraustausches gerichtete Tätigkeit des Menschen. Soweit der Handel die Güter direkt an den letzten Konsumenten bringt, sprechen wir von Einzelhandel; alle übrigen Tätigkeiten des Handels werden als Großhandel bezeichnet.

Die Stellung des Einzelhandels im gestaltenreichen Aufbau des Wirtschaftslebens soll in den folgenden Betrachtungen näher untersucht werden. Wir wenden uns damit einem vielerörterten Problemkreis zu, dem eine Fülle von Tatbeständen zugrunde liegen, die systematisch erfaßt und in ihrem Zusammenhang erklärt werden müssen. Zunächst gilt es, die zahlreichen Organisationsformen genauer kennen zu lernen, die alle mit der Güterverteilung an den letzten Verbraucher beschäftigt sind. Hierbei ist von der bedeutsamen Feststellung auszugehen, daß der Einzelhandel keineswegs nur von den für das heutige Wirtschaftssystem typischen kapitalistischen Unternehmungen betrieben wird. Vielmehr spielen in diesem Bereich der Bedarfsdeckung andere Gebilde eine wichtige Rolle, die nicht als rein gewinnstrebige Unternehmungen bezeichnet werden können. Dazu gesellen sich Genossenschaften und sonstige Selbsthilfeorganisationen. Andererseits sind gar nicht nur berufsmäßige Händler die Träger des Einzelhandels. Vielmehr erfolgt die Vermittlung von Gütern an den letzten Konsumenten auch durch Personen, die den Schwerpunkt ihrer wirtschaftlichen Tätigkeit in der Urproduktion, in den stoffveredelnden Gewerben und im Großhandel haben. Schließlich greifen die Verbraucher selbst durch ihre genossenschaftlichen Zusammenschlüsse in den Einzelhandel ein. Mit dieser Vielzahl der im Wettbewerb um den Absatz stehenden Organisationsformen verbindet sich die weitere wichtige Erscheinung, daß grundverschiedene Wirtschaftsgesinnungen die hier wirkenden Menschen beherr-

schen. Dementsprechend treten uns im Kampf um die Existenz der vielgestaltigen Träger des Einzelhandels ganz verschiedenartige Ideen und Interessen entgegen. Daraus resultiert ein tiefgehender Streit über die Zweckmäßigkeit und die Form öffentlicher Eingriffe in dieses Wirtschaftsgebiet. Tatsächlich wird heute schon der organisatorische Aufbau des privaten Einzelhandels durch die staatliche Wirtschafts- und Finanzpolitik in mancherlei Weise modifiziert. Die staatlichen Maßnahmen sind in erster Linie darauf gerichtet, den kleinen Detailhandelsbetrieben Schutz gegenüber ihren zahlreichen Konkurrenten zu gewähren. Darüber hinaus hat jedoch der Gesetzgeber noch viel weiterreichende Aufgaben übernehmen müssen, so daß sich sein Einfluß immer mehr auf den Wettbewerb und die Preisbildung im gesamten Einzelhandel erstreckt. Unsere Untersuchung wird diesen bedeutsamen Prozeß der in stetigem Wachsen begriffenen staatlichen Regelung des Bereiches der Güterverteilung eingehend zu verfolgen haben. Die Erforschung der Ursachen und Wirkungen einer solchen Entwicklung führt zur Erkenntnis überaus komplizierter Zusammenhänge. Wir werden uns davon Rechenschaft ablegen müssen, daß die moderne Einzelhandelspolitik vor ganz verschiedenartige Probleme gestellt wird, von deren gemeinsamer Lösung das künftige Schicksal dieses Berufsstandes in der Gesamtwirtschaft abhängt. Auf der einen Seite handelt es sich um Fragen der Wirtschaftsorganisation. Hierbei werden die im freien Wettbewerb entstandenen mannigfaltigen Träger des Einzelhandels zu beurteilen sein unter dem Gesichtspunkt der optimalen Gestaltung der Gütervermittlung an den letzten Verbraucher. Aber die Rationalisierung der Einzelhandelsfunktionen ist nur ein Ausschnitt aus einem viel größeren wirtschaftspolitischen Aufgabenkreis. Jeder organisatorische Eingriff in den Aufbau des Wirtschaftslebens bewirkt tiefgehende Veränderungen in der überkommenen gesellschaftlichen Schichtenbildung. Die Fragen des Einzelhandels müssen darum auch unter diesem weiteren sozialpolitischen Aspekt betrachtet werden. In der Tat ist bei den Maßnahmen der Staats- und Selbsthilfe, die den Einzelhandel betreffen, der Gedanke des Mittelstandsschutzes von erheblicher Bedeutung gewesen.

Unsere Untersuchung muß sich daher ganz allgemein mit der Lage des Mittelstandes und seiner Stellung in den Strukturwandlungen des Wirtschaftslebens auseinandersetzen. Auf diese Weise werden wir Einblick in die letzten großen Zusammenhänge erhalten, aus denen heraus unser spezieller Fragenkreis zu beurteilen ist. Zum Mittelstand gehören nämlich nicht nur die kleinen Detailhändler, sondern noch viele andere soziale Gruppen, die sehr verschiedene wirtschaftliche Interessen haben. Dementsprechend sind die Formen der Mittelstandspolitik selbst wieder einem dauernden Wandel unterworfen. Es wird unsere Aufgabe sein, die hier auftretenden ökonomischen und sozialen Konflikte in ihrer ganzen Schärfe darzulegen. Aber trotz aller Gegensätze bahnen sich nun in der Wirtschaftspraxis auch Entwicklungstendenzen an, die, vom Geiste gegenseitiger Verständigung getragen, an die Lösung der bestehenden schwierigen Probleme herangehen. Unsere Studie wird sich daher zum Schluß mit jenen Bestrebungen zu befassen haben, die darauf gerichtet sind, an die Stelle des alten Kampfes die Zusammenarbeit im Berufsstand des Einzelhandels und darüber hinaus überhaupt in den Beziehungen der verschiedenen sozialen Schichten zueinander treten zu lassen.

I. Die Organisationsformen des Einzelhandels.

Dem Absatz der Güter an den letzten Verbraucher dient eine Fülle von Organisationsformen. Für diese in dauernder Wandlung befindlichen Gestaltungen des Einzelhandels haben sich in der Wirtschaftspraxis selbst gewisse Bezeichnungen eingebürgert. Wir wollen von diesen gebräuchlichen Namen nicht abweichen, aber zu erkennen suchen, welche wirklichen Erscheinungen sich hinter den vieldeutig verwendeten Worten verbergen. Zu diesem Zwecke müssen die von uns festgestellten Erscheinungen nach verschiedenen Merkmalen charakterisiert werden. Wir verwenden dabei zunächst als äußerlich feststellbare Kennzeichen jene Tatbestände, die gegeben sind im Standort, im Warenkreis, in der Betriebsgröße und in der Vertriebstechnik der

Träger des Einzelhandels. Aber zum tieferen Verständnis der hier vorliegenden ökonomischen Probleme gelangen wir erst, indem wir als entscheidendes Merkmal auf den Charakter der ökonomischen Gebilde abstellen, die die technischen Einrichtungen des Einzelhandels tragen.

A. Wanderhandel und seßhafter Einzelhandel.

Der Wanderhandel ist dadurch gekennzeichnet, daß ihm ein fester, dauernder Standort fehlt. Er dürfte die älteste Form der Vermittlung des Güteraustausches sein. In einfachen ökonomischen Verhältnissen sucht der Händler den Verbraucher auf. Die weitere Entwicklung verläuft dann so, daß sich Einzelhändler und Konsumenten an einem dritten Ort („Markt" im engeren Sinne des Treffpunktes) begegnen, und darüber hinaus gelangt man zum seßhaften Handel, bei dem sich umgekehrt der Konsument mit dem Einzelhändler an dessen Standort in Beziehung setzt. Gegenwärtig finden wir den Wanderhandel zunächst noch in der Form des Hausierhandels vor allem in Gegenden, wo der seßhafte Einzelhandel noch wenig entfaltet ist oder einen ungenügenden Warenkreis aufweist. Dieser Hausierhandel ermöglicht kleinen landwirtschaftlichen und gewerblichen Erzeugern den direkten Absatz an den Konsumenten. Aber auch eine Reihe moderner Industrien bedient sich seiner auf dem platten Lande. Betrieb und Vertrieb des Hausierhandels sind technisch recht einfach, haben aber den großen Vorzug, dem Konsumenten sehr nahe zu kommen. Für die Beurteilung der ökonomischen Gebilde, die den Hausierhandel tragen, ist wichtig, daß es sich hier häufig um nebenberufliche Tätigkeit von Bauern und Klein- (insbes. Haus-) Gewerbetreibenden handelt. Es kann aber der Hausierhandel auch einfach deswegen getrieben werden, weil sich sonst keine andere Erwerbsmöglichkeit mehr für die betreffende Person bietet: im Grenzfall ist er dann manchmal nur Vorwand zur Bettelei. Demzufolge ist die Position des Hausierhandels im Wirtschaftsleben im ganzen schwach. Aber seine Beweglichkeit und seine niedrigen Betriebskosten machen ihn doch zu einem nennenswerten Konkurrenten des seßhaften Einzelhandels. Eine weitere Form des Handels im Umherziehen ist das

Wanderlager. Vom Hausierhandel unterscheidet sich das Wanderlager zunächst durch den größeren Umfang des Betriebes. Es werden wenigstens vorübergehend feste Verkaufsstellen eingerichtet. Als Standort wählt das Wanderlager namentlich die verkehrsreichen Straßen der Städte, wo es gerade leerstehende Räume kurzfristig zum Verkauf benützt. Zu seinem Warenkreis gehören vor allem Ramschwaren und Konkursmassen, also Güter, die besonders dringlich verkauft werden sollen und darum sehr billig sein müssen. Vertriebstechnisch bedient es sich häufig der Form der Auktion und entfaltet oft umfangreiche Reklame. Bezüglich des ökonomischen Charakters der Träger der Wanderlager ist wichtig, daß hier bereits typischer unternehmungsweiser Handel auftritt. Gegenüber dem kleinen Hausierer hat das Warenlager größere Kosten für den Ortswechsel, die Verkaufsräume und die Reklame; seine wirtschaftliche Lage wird aber entscheidend durch den billigen Einkaufspreis bestimmt. Den Uebergang zum stehenden Handel bildet der Straßenhandel, der ambulant (mit Wagen oder Karren), oder stationär (von einem mehr oder weniger dauerhaften Standort) betrieben werden kann. In den Warenkreis des Straßenhandels fallen vor allem leichtverderbliche Waren und Druckerzeugnisse. Die Betriebsgrößen sind nicht umfangreich. Sein wichtigster vertriebstechnischer Vorzug ist, daß er mit erheblicher Verkaufsaktivität die günstigen Absatzchancen der Großstadtstraßen bei — im Vergleich zum seßhaften Einzelhandel — niedrigen Betriebsunkosten ausnützen kann. Bezüglich der ökonomischen Gebilde ist zu sagen, daß der Straßenhandel einmal landwirtschaftlichen Produzenten Gelegenheit zu direktem Absatz an den Konsumenten bietet, und ferner sonst erwerbslosen Personen Verdienstmöglichkeiten eröffnet; aber er kann auch rein unternehmungsweise betrieben werden (z. B. Milchhandel, Karrenbuchhandel). Im ganzen zeigt der Wanderhandel in allen seinen Formen ein hohes Maß von Beweglichkeit hinsichtlich des Standorts und eine gewisse Wendigkeit in der Vertriebstechnik. Trotzdem verfügen die ihn tragenden Gebilde nur selten über eine starke ökonomische Position. Für die Wirtschaftsgesinnung im Wanderhandel ist beachtenswert, daß sich trotz der kleinbetrieb-

lichen Verhältnisse recht deutliche Züge privater Unternehmerinitiative feststellen lassen. Im allgemeinen steht ihm der „Standesstolz des Seßhaften" ablehnend gegenüber. Von den Unterformen des stehenden Handels soll nunmehr die Rede sein.

B. Gemischtwarenhandlung und Fachgeschäft.

Wichtige Einblicke in die Organisationsformen des stehenden Einzelhandels erhalten wir, wenn wir die Frage nach dem Warenkreis dieser Betriebe näher verfolgen. Der mittelalterliche Handwerker brachte noch selbst seine Waren an den Kunden. Daneben aber gab es Gemischtwarenhandlungen oder Kramläden, die eine Reihe verschiedenartiger Waren gemeinsam zum Verkauf anboten. Diese Einzelhandels-Kleinbetriebe mit ihrer traditionalen Vertriebstechnik sind bezüglich des Charakters der sie tragenden ökonomischen Gebilde sehr beachtenswert. Der mittelalterliche Krämer gehörte nicht zu den streng rational Erwerbenden, sondern war beeinflußt von der Wirtschaftsgesinnung des damaligen Handwerks. Die Orientierung des ökonomischen Verhaltens an der Idee der Garantie der „bürgerlichen Nahrung", die in der Zunftpolitik eine wichtige Rolle spielt, ist gerade in diesen Kreisen des Einzelhandels weiter lebendig geblieben, auch als längst die Handels- und Gewerbefreiheit ihren Einzug gehalten hatte. Ja, der kleine Ladenhandel ermöglicht bis zur Gegenwart manchem Handwerksmeister seine Existenz, indem dieser nicht nur selbsterzeugte Produkte, sondern auch fertigbezogene Fabrikate verkauft, sich manchmal nur auf die Reparaturen beschränkt, oder sogar reiner Einzelhändler geworden ist. Daneben hat sich nun im Verlauf des 19. Jahrhunderts eine tiefgehende Veränderung im Einzelhandel vollzogen, die vor allem in der Spezialisierung des Warenkreises und dem Aufkommen zahlloser neuer Waren ihren Ausdruck findet. Je mehr die Eigenversorgung des Konsumentenhaushalts einschrumpfte und je grösser die Zahl der von der Technik geschaffenen neuen Bedarfsdekkungsmittel wurde, desto größere Wirkungsmöglichkeit hat sich dem aufkommenden Fachgeschäft erschlossen. Im Wechselspiel zwischen der Bedarfsdifferenzierung der letzten

Verbraucher einerseits und der Spezialisierung und der Umgliederung der Mischung im Warenkreis der Fachgeschäfte andererseits entsteht ein ungeheurer Formenreichtum des seßhaften Einzelhandels [1]. Diese Tendenz, durch Spezialisierung nach Waren die Erwerbschancen zu verbessern, wird sogleich durch eine wichtige Gegenströmung modifiziert. Das reine Spezialgeschäft, das nur eine einzige Warengattung zum Verkauf bringt, ist nämlich relativ selten. Vielmehr bleibt es immer bei der Zusammenfassung verschiedener Waren. Hierbei ist treibendes Motiv vor allem das Streben, alle Waren für einen bestimmten Bedarf dem Käufer in möglichst bequemer Weise anzubieten. So entsteht das Bedarfsartikelgeschäft im seßhaften Einzelhandel (z.B. Geschenkartikel-, Wohnungseinrichtungs-, Reisebedarfsgeschäft). Mit den Wandlungen im Warenkreis gehen bedeutsame Veränderungen im Standort der Betriebe Hand in Hand. Mit dem Seßhaftwerden des Einzelhandels haben nämlich die Wanderungsbewegungen nicht aufgehört, sie vollziehen sich nur auf andere Art und Weise. In den großen Städten folgen die Einzelläden bei der Standortswahl dem Konsumenten, soweit sie Gegenstände des täglichen Bedarfs führen, die man möglichst in der Nähe der Wohnung der Verbraucher anzubieten sucht. Anders gestaltet sich die Wahl des Standorts bei Geschäften, die der Deckung des periodischen Bedarfs dienen. Sie verlegen ihre Betriebe in die verkehrsreichen Geschäftsstraßen des Stadtinnern, wo man beim „Shopping" die gewünschten Gegenstände ansehen, vergleichen und auswählen kann. Das ganze Standortsproblem des seßhaften Einzelhandels berührt sich mit der städtischen Wohnungsfrage. Einmal werden wegen der Zusammenballung der Läden in der „City" die Ladenmieten verteuert. Das kann zu einer Abwanderung der Einzelhandelsbetriebe in die billigeren, höheren Stockwerke führen; das Etagen-

[1] Eine nähere Behandlung dieses bedeutsamen Prozesses würde den Rahmen unserer Darstellung sprengen. Es sei auf die Studie von J. Tiburtius verwiesen: „Die Bildung der Warenkreise im Groß- und Einzelhandel und ihre betriebswirtschaftlichen Ziele" in: Absatzforschung und Absatzpraxis in Deutschland. Schriftenreihe der Forschungsstelle für den Handel beim Reichskuratorium für Wirtschaftlichkeit. N.F. Nr. 2, Stuttgart 1937.

geschäft tritt auf. Andererseits führt die Ausdehnung des Siedlungsgebietes der Großstädte zum Nachwandern der Läden und zur Entstehung neuer Absatzzentren in den Außenvierteln. Mit den Wandlungen im Warenkreis und im Standort verbinden sich schließlich wichtige Veränderungen in der Betriebsgestaltung des seßhaften Einzelhandels. Der kleine Laden des Fachgeschäfts kann zum Großbetrieb werden oder ein (kleines oder großes) Stammhaus gliedert sich Filialbetriebe an. Den tieferen Sinn all der skizzierten Neuerungen erfassen wir erst, wenn wir nach dem zu Grunde liegenden Wandel in den ökonomischen Gebilden fragen. Die Entstehung des Fachgeschäftes in seinen mannigfaltigen technischen Erscheinungsformen fällt zusammen mit tiefgehenden Veränderungen in der Wirtschaftsgesinnung. Wir stellen fest, daß der Geist der Einzelhandel treibenden Personen noch stark von den Ideen der mittelalterlichen Zunftverfassung beeinflußt bleibt, während sich die ökonomischen Gebilde stark der kapitalistischen Wirtschaftsordnung assimiliert haben, ja zum Teil bereits reine erwerbsstrebige Unternehmungen geworden sind. Dieser merkwürdige Zwiespalt erklärt sich aus der geschichtlichen Tatsache, daß seit dem 19. Jahrhundert gerade typische Unternehmerpersönlichkeiten sich den bisher geschilderten Formen des Einzelhandels abgewandt haben, während gleichzeitig Personen mit geringer Kapitalkraft und Berufsbildung eingedrungen sind. So sind Menschen zum Einzelhandel gekommen, die zwar der Statistiker als selbständig Erwerbende zählt, die aber häufig in starker kreditwirtschaftlicher Abhängigkeit vom Produzenten oder Großhändler stehen. Nun wird aber mit dem Hinweis auf den Zudrang von „Untüchtigen" das ganze Problem keinesfalls erklärt. Die Angleichung der ökonomischen Gebilde an die neuen Wirtschaftsverhältnisse beweist vielmehr gerade die große Lebenskraft, die in den geschilderten Formen des Einzelhandels wirkt. Aber die Ideologie des Detaillisten braucht mit seinem tatsächlichen ökonomischen Verhalten nicht übereinzustimmen. Die hieraus erwachsenden wirtschaftspolitischen Probleme werden nun noch dadurch kompliziert, daß im Einzelhandel außerdem noch andere Gebilde als Konkurrenzformen aufgetreten sind, denen wir uns jetzt zuwenden wollen.

C. Warenhaus und Massenzweiggeschäft.

Der nunmehr zu schildernde Entwicklungprozeß wird am raschesten klar, wenn wir das Merkmal der Betriebsgröße zum Ausgangspunkt der weiteren Betrachtungen wählen. Ein Betrieb kann sich nämlich in zweierlei Art und Weise entwickeln: einmal durch das Wachsen seiner Größe und sodann durch das Aneinanderketten zahlreicher Betriebe. Für beide Vorgänge haben wir bereits bei den Fachgeschäften Beispiele gefunden. Darüber hinaus haben sich nun aber wichtige Sondergestaltungen herausgebildet. Da sind zunächst jene Einzelhandels-Großbetriebe zu nennen, die man herkömmlicherweise als W a r e n h ä u s e r bezeichnet. Der Name für diese Großbetriebe des Detailhandels ist vieldeutig, so daß wir von vornherein verschiedene Typen von Warenhäusern unterscheiden müssen. Gewöhnlich denkt man zunächst an großbetriebliche Gemischtwarengeschäfte, deren Warenkreis also keine fachliche Spezialisierung aufweist. Namentlich in der Gesetzgebung, die eine Legaldefinition des Warenhauses braucht, wird oft auf die Führung einer größeren Anzahl von Warengruppen abgestellt. (Je nach der Zahl der Warengruppen wird dann recht willkürlich zwischen Waren- und Kaufhäusern geschieden.) Die wissenschaftliche Begriffsbildung kann sich nicht an ein solches einziges Merkmal halten, sondern muß das ganze Werden der Gebilde beachten. Der generelle Prozeß der Zusammenfassung und Spezialisierung im Warenkreis wirkt sich auch im Warenhaus aus und beeinflußt dessen verschiedenartige Gestaltung. Die eine Entwicklungstendenz hat geschichtlich vom Modewarengeschäft zum Angebot immer zahlreicher werdender Artikel des periodischen und dann des täglichen Bedarfs geführt. Aber dieser Neigung zur Abstraktion vom fachlichen Charakter des Warenkreises steht immer die andere Tendenz zur Spezialisierung gegenüber. Schon im Typ des Gemischtwaren-Großbetriebes spielen umsatzmäßig Bekleidungs- und Einrichtungsgegenstände eine hervorragende Rolle; dazu gesellt sich der Zug von einfachen, billigen zu höheren, teureren Warenqualitäten. Die angedeuteten Strömungen führen einerseits zu jenem Typ von Warenhäusern, die ihren einzelnen Ab-

teilungen den Charakter von Fachgeschäften zu geben suchen, und andererseits zu jenem Typ von Warenhäusern, die auf den Massenbedarf breiter Schichten abstellen und damit in die Richtung der Einheitspreisgeschäfte tendieren. Diese vertriebstechnischen Besonderheiten werden später (unter D.) noch zu behandeln sein. Jedenfalls ist vom Merkmal des Warenkreises her nur schwer eine generelle Kennzeichnung aller Warenhaustypen möglich; als weitere Charakteristika sind die Erscheinungen des Großbetriebs und der standortsmäßigen Zentralisation an den verkehrsreichen Straßen und Plätzen zu verwenden. Aber zu den entscheidenden Einblicken gelangen wir auch hier erst, wenn wir nach dem ökonomischen Charakter der Träger der Warenhäuser fragen. Der praktisch wichtigste Fall ist, daß solche Einzelhandels-Großbetriebe unternehmungsweise organisiert werden. In diesem Zusammenhang ist wichtig, daß eben nicht nur die Betriebsgrößen, sondern auch die Unternehmungsgrößen wachsende Tendenz zeigen; so entsteht der Warenhauskonzern. Der oben angedeutete Prozeß der Kettenbildung wirkt sich im ökonomischen Bereich in zweierlei Richtung aus. Einmal können mehrere Warenhausbetriebe von einer Unternehmung getragen werden, diese Unternehmungen können sich dann wieder zusammenschließen (Warenhauskonzern) und außerdem können nun die Warenhausunternehmungen und ihre Zusammenschlüsse aus dem Bereich des Einzelhandels in den Großhandel (Einkaufszentralen) und sogar in die Erzeugung (Eigenproduktion) übergreifen. Die andere Tendenz geht in der Richtung des Vertriebs. Neben der erwähnten Entwicklung in der Richtung zum Einheitspreisgeschäft ist die Aufgliederung in der Richtung der Massenfilialgeschäfte zu beachten. Schließlich darf nicht vergessen werden, daß Warenhausbetriebe überhaupt nicht nur von Unternehmungen, sondern auch von genossenschaftlichen Selbsthilfeorganisationen getragen werden können. Als Beispiel sei nur auf das von der Großeinkaufsgesellschaft der britischen Konsumvereine in Manchester errichtete siebenstöckige Warenhaus verwiesen, „in dem die Mitglieder der Konsumvereine aus dem ganzen Vereinigten Königreich ihren Bedarf decken können, insbesondere auch solchen höherwertigen Be-

darf, den die Verkaufsstellen der einzelnen Konsumvereine nicht führen“ [2]. Während im Warenhaus eine große Zahl von Abteilungen unter einem Dach vereinigt sind, erfolgt im Massenzweiggeschäft die betriebliche Ausdehnung dergestalt, daß von einem zentralen Wirtschaftsgebilde zahlreiche Betriebsstellen geschaffen werden. Es findet also standortsmäßig eine Dezentralisation statt, aber alle Einzelbetriebe stehen unter einheitlicher ökonomischer Leitung. Die einzelnen angeschlossenen Betriebe können dann wieder von verschiedener Größe sein. Sie zeigen ihre innere Verbundenheit durch eine mehr oder weniger starke Einheitlichkeit in der äußeren Aufmachung; hierin liegt auch vertriebstechnisch ein wichtiges Werbemittel. Was den Warenkreis anbelangt, der in diesen Massenzweiggeschäften gehandelt wird, so sind vor allem Lebensmittel oder Genußmittel ferner Schuhwaren sowie Textilwaren zu nennen. Doch diese Charakteristik bedarf nun sogleich einer weiteren Modifizierung im Hinblick darauf, daß die tragenden ökonomischen Gebilde sehr verschiedenartig sind. Wir beginnen mit dem unternehmungsweisen Betrieb der Massenzweiggeschäfte, an den man nach gewöhnlichem Sprachgebrauch zuerst denkt. Da sind es nun gar nicht nur besondere Unternehmungen, die sich den Warenvertrieb durch Massenzweigstellen zur eigentlichen Aufgabe machen, auch die Warenhäuser können sich aufgliedern und in der Richtung von Massenfilialgeschäften entwikkeln, wie andererseits im Warenhauskonzern das Kettenprinzip ebenfalls zum Durchbruch kommt. Weiterhin baut auch der Einzelhandel, der durch die Selbsthilfeorganisationen der Konsumenten getragen wird, heute auf einem vielgliedrigen Filialsystem auf. Sehr oft betreiben nämlich einzelne Verbrauchergenossenschaften zahlreiche Konsumvereinsläden, so daß auch hier ein ökonomisches Gebilde Träger mehrerer Betriebe ist. Außerdem aber führen die Verbandsbildung der Konsumvereine und ihre Großeinkaufseinrichtungen (namentlich wenn Bezugszwang der angeschlossenen Vereine besteht) zu einer weiteren starken Annäherung an den Typus des

---

[2] Vgl. J. Hirsch „Die Bedeutung des Warenhauses in der Volkswirtschaft“ in: Probleme des Warenhauses. Berlin 1928.

Massenfilialgeschäftes. Eine verwandte Entwicklungstendenz zeigt der Zusammenschluß kleiner Einzelhändler in Einkaufsgenossenschaften. Zwar trägt auch dann der Ladenbesitzer im Gegensatz zum Filialleiter weiter das Risiko seines Geschäfts, aber vermittels der Einkaufsgenossenschaft beginnt auch hier das Kettenprinzip wirksam zu werden. In diesen Zusammenhang gehören ferner die „voluntary chains", die namentlich in den Vereinigten Staaten von mehreren kleinen Detaillisten teils allein, teils in Verbindung mit Großhändlern geschaffen worden sind. Ueberhaupt werden Massenfilialgeschäfte nicht nur von eigentlichen Einzelhändlern betrieben, sondern auch die Großhändler und Fabrikanten bedienen sich eigener Kettenläden, um in den Einzelhandel vorzudringen und so ihre Produkte direkt an den letzten Verbraucher zu bringen. Diese Tatsache hängt mit einer wichtigen allgemeinen Erscheinung im Wirtschaftsleben zusammen, nämlich mit dem Streben der ökonomischen Gebilde nach Marktbeherrschung. Der Industrielle oder der Großhändler, der im Beschaffungsmarkt den Wettbewerber nicht niederringen kann, sucht im Bereich des Absatzes Monopolstellung zu erhalten. Hier spielen also die großen Machtkämpfe auf dem Gebiete der Produktion und des Großhandels bis in den Detailhandel hinein. Kartelle der Produzenten und der Händler befehden sich da, und nach langem Streit kommt es dann manchmal zur Einigung in Gestalt des „ausschließlichen Verkehrs" zwischen den Mitgliedern der Produzenten- und Großhändlerverbänden, die dann auch Einfluß auf den Einzelhandel zu gewinnen suchen. Vergegenwärtigt man sich diese Vorgänge, so tritt ein wichtiges ökonomisches Merkmal der Warenhäuser und Massenzweiggeschäfte in Erscheinung: Die Verstärkung der Position dieser Einzelhandelsgebilde auf dem Beschaffungsmarkt durch Großeinkauf und manchmal sogar durch Eigenproduktion.

D. Versand-, Abzahlungs- und Einheitspreisgeschäft.

Zum Schluß sind noch einige besondere Vertriebsformen zu nennen, die entweder als selbständige Gebilde des Einzelhandels oder aber in enger Verbindung mit den bereits geschilderten Detailgeschäften auftreten. Das Versand-

geschäft hat, aufbauend auf den modernen Verkehrsmitteln unter Verwendung von Mustersendungen und Katalogen sowie gestützt auf die bequemen Formen des modernen Zahlungsverkehrs, den Fernverkehr ausgebildet. Es spart dabei an Kosten für Miete, Ausstattung und Personal des Ladens; von ausschlaggebender Bedeutung für seine Existenz ist die Höhe der Aufwendungen für Versand und Kundenwerbung. Meist versendet es selbst, aber es kann auch den Versand durch den Fabrikanten an den Konsumenten veranlassen, wie es andererseits manchmal auch Reisende und Vertreter beschäftigt. Das Verteilungsnetz solcher Versandhäuser ist über große Gebiete ausgebreitet, wobei sich der Absatz vornehmlich auf dünnbesiedelte Gegenden (auch Kolonialländer) erstreckt. Es bestehen einzelne große Versandhäuser mit erstaunlich mannigfaltigem Warenkreis (insbesondere U. S. A.), aber wir finden auch solche Geschäfte mit starker fachlicher Spezialisierung, die dann aber in sehr vielen Branchen auftreten (Beispiel: Deutschland). Nach dem ökonomischen Charakter ihrer Träger sind zu unterscheiden die Form der Nur-Versandgeschäfte sowie die Fachgeschäfte, Warenhäuser und Filialgeschäfte, die sich Versandgeschäfte angeliedert haben. Wichtig sind die Versandgeschäfte auch für den Ausbau direkter Verbindungen zwischen Produktion und Verbrauch. Teilweise sind nämlich die Versandgeschäfte zugleich Produzenten, oder sie haben ihre Standorte in räumlicher Nähe der Produktionsgebiete oder der großen Einfuhr-(Hafen-)Plätze. Eine Weiterbildung der Tendenz, dem Konsumenten durch Benützung der modernen Verkehrsmittel näherzurücken, ist die Verwendung des „fahrenden Ladens", der z. B. beim Migros-System neben Filialbetrieben als Sonderform des Vertriebs auftritt. In anderer Richtung bewegt sich die Verbesserung der Absatztechnik bei den Abzahlungsgeschäften. Während lange Zeit im Einzelhandel gegen das Borg-Unwesen durch Aufstellung des Prinzips der Barzahlung angekämpft worden ist, finden wir hier die umgekehrte Tendenz, die Verkaufschancen durch besondere Formen der Kreditgewährung zu erhöhen. Ursprünglich knüpft das Abzahlungsgeschäft an die Tatsache an, daß auch im modernen Haushalt noch einige Funktionen der Produktion vollzogen werden (bei Heim-

arbeitern direkt im Dienst des Erwerbs). So dienten die Abzahlungsgeschäfte zunächst dazu, den ratenweisen Kauf von Näh- und Stickmaschinen usw. zu ermöglichen. Ihr Warenkreis hat sich dann aber erweitert, indem immer mehr Gebrauchsgegenstände des Haushalts (Möbel, Autos, Radioapparate usw.) von relativ längerer Gebrauchsfähigkeit und schließlich sogar kurzlebige Konsumgegenstände auf Teilzahlung verkauft werden. Die Entwicklung hat jedoch noch weiter um sich gegriffen, indem neben den eigentlichen Abzahlungsgeschäften auch sonst im Wirtschaftsleben diese Sonderform der Vertriebstechnik Anwendung gefunden hat. Hand in Hand damit gingen erhebliche Wandlungen in der Kredittechnik. Bei der eigentlichen Absatzfinanzierung werden dem Verkäufer die für seine Kreditgewährung nötigen Mittel durch Produzenten, Großhändler oder besondere Finanzierungsinstitute zur Verfügung gestellt. Dagegen werden bei der Konsumfinanzierung die Kredite an den letzten Abnehmer gewährt. Auf dem Gebiete der Konsumfinanzierung betätigen sich besondere Bankinstitute, Selbsthilfeorganisationen der Käufer („Club Trading"), ja neuerdings sogar die öffentlichen Körperschaften (Ehestandsdarlehen). Als weitere Sonderform des Vertriebs ist das Einheitspreisgeschäft zu nennen. Es sucht dem Massenbedarf breiter Bevölkerungsschichten in der Weise entgegen zu kommen, daß es zahlreiche Waren ohne fachliche Spezialisierung zu bestimmten niedrigen Preisen anbietet, die in wenige Stufen eingeordnet sind. Sein Warenkreis umfaßt Stapel- und Massenwaren; auf größere Auswahl (Sortimente) wird verzichtet und auch die äußere Aufmachung der Läden ist einheitlich gestaltet. Wirtschaftlich werden solche Einheitspreisgeschäfte, die als Groß- und Kleinbetriebe auftreten, entweder von besonderen Unternehmungen getragen, oder sie können in Verbindung mit Warenhäusern und Massenzweiggeschäften vorkommen. Durch möglichste Vereinfachung des Verkaufsakts können sie auch an Personalkosten sparen, aber die Stärke ihrer ökonomischen Position leitet sich namentlich vom zentralen Einkauf her. Die Bestrebungen, mit einem Minimum an Vertriebskosten auszukommen, haben besonders in den Vereinigten Staaten zur Ausbildung von Selbstbedienungsgeschäften geführt, die ent-

weder einen gemischen Warenkreis aufweisen („supermarkets") oder sich fachlich spezialisiert haben. Eine weitgehende Mechanisierung des Verkaufs stellt der Warenvertrieb durch Automaten dar.

II. Die Entwicklung des schweizerischen Einzelhandels.

Die Betrachtung der Organisationsformen des Einzelhandels hat gezeigt, daß im modernen Wirtschaftsleben eine große Zahl ökonomischer Gebilde im Dienst der Vermittlung der Güter an den letzten Verbraucher steht. Nach dem Versuch, die vielen Gestaltungsformen zu systematisieren, ist es notwendig, irgendwelche quantitative Vorstellungen vom Zusammenwirken all dieser Gebilde und damit zugleich von der ökonomischen Lage jeder einzelnen Organisationsform in der Gesamtwirtschaft zu erhalten. Wir verfügen in der wissenschaftlichen Literatur bereits über wertvolle statistische Erhebungen auf dem Gebiet des Einzelhandels. Für die Schweiz sei namentlich verwiesen auf die Auswertung der eidgenössischen Betriebszählung von 1929, ferner auf die Veröffentlichungen der Eidgenössischen Preisbildungskommission, sowie auf die fortlaufenden Berichte des Schweizerischen Gewerbeverbandes über die Buchhaltungserhebungen. Trotzdem zeigt sich bei näherer Untersuchung, daß die Einzelhandelsforschung in der Schweiz noch eines starken Ausbaus bedarf, um die unentbehrlichen zahlenmäßigen Unterlagen zu schaffen. Wir werden darum im Folgenden zum Teil auf ausländische Erhebungen zurückgreifen müssen [3]. Die Hauptschwierigkeit aller Forschung liegt jedoch darin, daß vieles, was wir wissen möchten, sich einfach der mengenmäßigen Erfassung entzieht, weil es sich um Fragen qualitativer Natur handelt. Sachgüter und Betriebe lassen sich relativ leicht und genau zählen, aber die Wissenschaft beschäftigen eben

[3] Vgl. P. Kaufmann, Statistische Erforschung des Einzelhandels in: Zeitschr. für schweiz. Statistik und Volkswirtschaft 75. Jg. (1939) S. 160 ff. sowie E. Simonet, Entwicklung und Struktur des schweizerischen Einzelhandels. Berner Diss. 1939.

in wachsendem Masse ganz anders geartete Erscheinungen. Je mehr die modernen Volkswirtschaften von der Sachgütererzeugung zur Leistungsproduktion übergehen, und je mehr sich die Erkenntnis verbreitet, daß Wirtschaft nicht ein bloßer Güteraustausch, sondern ein gestaltenreiches Zusammenwirken von Gebilden, Regionen und Wirtschaftszweigen ist, desto klarer werden uns auch die Schwierigkeiten bewußt, die der wissenschaftlichen Behandlung dieser komplizierten Erscheinungen im Wege stehen. Dieser Hinweis ist notwendig, weil im wirtschaftspolitischen Machtkampf immer wieder Statistiken mit einem Anspruch auf Exaktheit verwendet werden, den die Wissenschaft als unbegründet ablehnen muß. Die Darstellung in diesem Abschnitt beschränkt sich im wesentlichen auf den Einzelhandel in der Schweiz und wird dabei ergänzend auf die Tatsachen eines engeren Gebiets, nämlich der Stadt Zürich, abstellen.

Der für unsere Betrachtungen grundlegende Tatbestand, daß der schweizerische Industriestaat in wachsendem Maße zum Leistungsproduzenten wird, ist am einfachsten durch einige statistische Angaben über die Berufsgliederung der Bevölkerung zu belegen.

Verteilung von 1000 Berufstätigen in der Schweiz seit 1888[4].

Jahre	Urproduktion	Industrie, Handwerk	Handel, Banken, Versicherungen	Gastgewerbe	Verkehr	Öffentl. Verwaltung, liberale Berufe	Hauswirtschaft, Taglöhnerei	In Anstalten	Total
1888	377	414	46	25	27	39	72	a) *	1000
1900	313	447	54	37	39	41	64	a) 5	1000
1910	271	455	65	44	48	46	64	a) 7	1000
1920	261	439	78	40	49	51	63	19	1000
1930	217	446	98	48	44	53	72	22	1000

a) Das Anstaltsbetriebspersonal und die berufstätigen Anstaltsinsassen wurden ganz oder teilweise den übrigen Erwerbsklassen zugeteilt.

[4] Statist. Jahrbuch der Schweiz, 1938, S. 42.

Als Teil dieses Gesamtprozesses zeigt sich die steigende Bedeutung des Handels unter den Wirtschaftszweigen der Schweiz. Betrachten wir die absoluten Zahlen der Erwerbenden im eigentlichen Handel und Hausierhandel der Schweiz, so sind sie von 1888 auf 1920 von 56 000 auf 114 000 angewachsen, wobei jedoch zu berücksichtigen ist, daß in diesen Daten der Volkszählungen nur die hauptberuflich Tätigen ermittelt werden, während die Betriebszählung auch die nebenberuflich Tätigen, ja selbst die nur gelegentlich mitarbeitenden Familienmitglieder umfaßt. Für das Jahr 1920 müssen wir daher rund 17 000 im Nebenberuf als Händler tätige Personen noch hinzufügen. Nach der Betriebszählung vom Jahre 1929 waren im eigentlichen Handel rund 172 000 Personen beschäftigt[5]. Die Tatsache, daß eine immer größer werdende Zahl von Personen sich dem Handel als Berufszweig widmet, tritt noch deutlicher in Erscheinung, wenn man die Entwicklung in den großen Städten betrachtet. Wir wählen Zürich als Beispiel.

Berufsgliederung der Stadt Zürich 1888—1930: Berufstätige[6].

Berufsklassen	1888	1900	1910	1920	1930 mit Vororten
Urproduktion	1 956	1 750	1 677	1 746	2 840
Industrie	21 609	34 019	46 945	48 019	70 446
Handel	8 208	16 917	23 865	29 604	46 593
Verkehr	2 829	5 206	6 982	8 653	11 116
Verwaltung, freie Berufe	2 965	5 870	8 124	11 629	11 982
Persönliche Dienste, unbestimmte Berufe . .	821	2 378	2 166	2 424	3 138
Personen ohne Beruf .	2 143	4 815	6 417	4 857	8 432
Anstalten	*	*	*	*	2 454

[5] Der schweizerische Handel nach der Betriebszählung 1929. Eidgen. Statistisches Amt Bern 1938 (Sonderdruck aus der Zeitschr. f. schweiz. Stat. und Volksw. 1936—1938) S. 4/5.

[6] Statistisches Jahrbuch der Stadt Zürich 1938, S. 9*.

Wenden wir uns nun dem engeren Gebiete des Einzelhandels zu, so ist zunächst zu sagen, daß erst die eidgenössische Betriebszählung von 1929 eine Scheidung zwischen Groß- und Kleinhandel vorgenommen hat. Es entfielen nach dieser Zählung auf den

	Betriebe	Personen
Großhandel	10 277	47 599
Kleinhandel	48 963	124 275
Total	59 240	171 874

Die wichtige Frage nach der Entwicklungstendenz der im Einzelhandel tätigen Betriebe und Personen seit der Betriebszählung von 1905 kann nur ungenau beantwortet werden, da man bei dieser ersten statistischen Erhebung nicht zwischen Groß- und Kleinhandel unterschieden hat. Die Statistik läßt nur erkennen, daß generell die Zahl der Handelsbetriebe rascher gestiegen ist als die Bevölkerung, während gleichzeitig die Zahl der Industrie- und Handwerksbetriebe abgenommen hat. Für alle näheren Untersuchungen stehen nur statistische Angaben zur Verfügung, die die Bewegung in den einzelnen Zweigen des Handels aufzeigen, aber sowohl Großhandels- als auch Kleinhandelsbetriebe umfassen; teilweise liegen überhaupt keine Vergleichszahlen für 1905 vor. Diese einschränkenden Bemerkungen gelten auch für die Tabellen I—III im Anhang. Im speziellen halten wir zunächst fest, „daß fast überall eine beträchtliche Steigerung des Personals in den einzelnen Handelszweigen seit der letzten Zählung eingesetzt hat, während die Zahl der Betriebe zwar auch meist relativ zugenommen hat, in einzelnen Zweigen allerdings absolut entweder gleichgeblieben ist oder sogar eine Abnahme zu verzeichnen hatte“ [7]. Was die Betriebsgröße anbelangt, so muß als Kriterium für den Betriebsumfang mangels Umsatzziffern wiederum auf die Zahl der beschäftigten Personen abgestellt werden. Hier zeigt die Statistik, daß im eigentlichen Handel (ohne Bank-, Börsen- und Versicherungswesen sowie Gastgewerbe und Hilfsdienste des Handels) die Betriebe mit 1—5 beschäftigten Personen in der Zeit von 1905 bis 1929 von 41 197 auf 51 295 gestiegen

[7] Der schweizerische Handel a. a. O. S. 10.

sind; ihr Anteil an der Gesamtzahl der erwähnten Handelsbetriebe ist nur wenig (von 94,3 % auf 91,6 %) zurückgegangen. Andererseits zeigt die prozentuale Verteilung des Personals nach Betriebsgrößenklassen, daß 1905 noch 20 % aller Beschäftigten in Betrieben mit nur einer Person tätig waren, während dieser Anteil 1929 auf 14,3 % zurückgegangen ist; auf Betriebe mit 2—5 Personen entfielen früher 51,2 und später 42,8 %. Auf alle übrigen Größenklassen entfällt ein wachsender prozentualer Anteil der Beschäftigten. In den Betrieben mit über 50 Personen z. B. waren im Jahre 1905 erst 2,9% des gesamten Handelspersonals vorhanden, im Jahre 1929 dagegen bereits 10,3 %[8]. Verfolgt man nun aber die einzelnen Handelszweige näher, so zeigen sich erhebliche Abweichungen von der bisher nur im großen Durchschnitt dargestellten Grundtendenz der Entwicklung. Es sei hier lediglich erwähnt, daß bei vielen Gruppen des Handels die absolute Zahl der Alleinbetriebe noch zugenommen hat. Jedenfalls kann auf Grund der Betriebszählungen von einer Verdrängung (Ausschaltung) der kleinen Einzelhandelsbetriebe nicht gesprochen werden. Nun glaubt man neuerdings gerade umgekehrt aus dem Tatbestand, daß immer mehr Menschen und Betriebe im Bereich der Güterverteilung tätig werden, auf eine „Uebersetzung" des Einzelhandels schließen zu können. Demgegenüber ist zu sagen, daß die ganze Diskussion um das Schlagwort der „Uebersetzung" so lange unfruchtbar bleibt, als man mit der quantitativen Analyse etwas zu behandeln sucht, was vorwiegend qualitativer Natur ist. Die zu Grunde liegende Erscheinung besteht darin, daß eine wachsende Zahl ökonomischer Gebilde mit der Deckung eines sich ausdehnenden und differenzierenden Bedarfs der letzten Verbraucher beschäftigt ist. Die Art und Weise des Zusammenwirkens der verschiedenen Träger des Einzelhandels und ihre Stellung in der Gesamtwirtschaft sind für das Schicksal der detailhandeltreibenden Menschen von entscheidender Bedeutung. Die Forschung kann hier nur versuchen, einige Anhaltspunkte zu gewinnen, die a u c h statistischer Erfassung zugänglich sind. Für diese Fragestellung erweist sich aber die

[8] Der schweizerische Handel a. a. O. S. 25.

Kenntnis der tragenden ökonomischen Gebilde als viel wichtiger als diejenige der technischen Einheiten der Betriebe. Es ist sehr zu begrüßen, daß man bei der eidgenössischen Betriebszählung von 1929 nicht nur die Betriebe sondern auch die Unternehmungen[9] statistisch ermittelt hat (vgl. Tabelle IV bis VI im Anhang). Hier wird der Begriff Unternehmung nicht auf die eigentlichen Privatunternehmunmungen beschränkt, sondern er umfaßt auch genossenschaftliche und öffentlich-rechtliche Träger von Betrieben; zusammengesetzte Unternehmungen sind dabei diejenigen, die aus mehreren Betrieben bestehen. Wir benützen daher im Folgenden die Angaben über die Betriebe in den einzelnen Handelszweigen nur aushilfsweise, wenn sonst keine Ziffern zur Verfügung stehen. In erster Linie soll aber ein Bild vom organisatorischen Aufbau des Einzelhandels in der Schweiz gegeben werden.

Ueber den Wanderhandel gibt die Statistik nur unvollständig Auskunft. Die Zahl der im Hausierhandel[10] Beschäftigten wird mit 2900 angegeben, es überwiegen die Betriebe und Unternehmungen mit einer Person. Kantonale Angaben über die (allerdings häufig zu erneuernden) Patente lassen vermuten, daß der tatsächlich bestehende Hausierhandel einen wesentlich größeren Umfang hat. Diese Tätigkeit wird oft im Nebenberuf und sodann auch ohne Patent ausgeübt. Im Straßenhandel lassen die Zeitungskioske eine starke Vermehrung der Alleinbetriebe bei gleichzeitiger Unternehmungskonzentration erkennen. Was den seßhaften Einzelhandel anbelangt, so ist zunächst die Erscheinung festzustellen, daß das Handwerk auch in der Schweiz durch Verbindung von Werkstatt und Laden seinen ökonomischen Bestand zu erhalten trachtet. Deshalb müßten genau genommen zur Zahl der eigentlichen Detailhandelsbetriebe noch die Verkaufsstellen der Handwerker hinzugezählt werden. Ande-

---

[9] Die Unternehmungen in der Schweiz. Bd. 5 der eidgenössichen Betriebszählung 1929. Statistische Quellenwerke der Schweiz, Heft 29, Bern 1933.

[10] Vgl. A. Zimmermann, Art. „Hausier- und Gewerbepatente" im Handb. der Schweiz. Volkswirtschaft. Bern 1939.

rerseits sind aber auch Industrie- und Großhandelsunternehmung durch Schaffung eigener Filialen in den Absatz an den letzen Konsumenten eingedrungen. Dieser ganze „Gewerbehandel“ [11] kommt auf Grund der Betriebszählungen nicht in ausreichender Weise zur Darstellung. Gewisse Einblicke liefert dagegen die Statistik der Unternehmungen. Sie hat im Kleinhandel gegenüber 49 000 Betrieben nur 42 000 Firmen gezählt. „Dies rührt daher, daß bei der Zusammenstellung kombinierter Unternehmungen sehr viele Detailverkaufsgeschäfte zu Firmen gerechnet wurden, die den Betriebsarten von Industrie und Handwerk zugeteilt werden mußten. Das betrifft in erster Linie die Metzgerei, Bäckerei, die Kleiderkonfektion usw. Die Differenz zwischen der Zahl der Beschäftigten in Betrieben und in Firmen wäre im Kleinhandel noch viel größer, wenn andererseits nicht sehr viele Gewerbebetriebe mit ihrem Personal zu den Handelsfirmen gezählt worden wären. Das ist z. B. der Fall bei den Konsumgenossenschaften mit ihrer großen Zahl von Bäckereien und anderen Nebenbetrieben“ [12]. Deutlicher als der „Gewerbehandel“ kommt die Tendenz zur Spezialisierung des Einzelhandels in der Statistik zum Ausdruck. Die Entwicklung von der Gemischtwarenhandlung zum Fachgeschäft [13] weist im Hinblick auf die Zusammenfassung des Warenkreises der einzelnen Läden ein vielgestaltiges Bild auf. Im ganzen kann gesagt werden, daß in der Schweiz die Bedarfsartikelgeschäfte eine größere Bedeutung haben als die reinen Spezialgeschäfte, die sich als allzu konjunkturempfindlich erweisen. Auf jeden Fall spielen hier die Kleinbetriebe eine überwiegende Rolle und die Statistik der Rechtsformen der Fachgeschäfte zeigt, daß es sich zu 85 % um Einzelfirmen und Personalgesellschaften handelt. Gerade diese Verhältnisse beweisen, daß der kleine Einzelhandel noch über rege Unternehmerinitiative verfügt, die sich den hohen und differenzierten Ansprüchen

---

[11] Vgl. Ch. Blanc, Art. „Gewerbehandel“ im Handb. der Schweiz. Volkswirtschaft.

[12] Die Unternehmungen der Schweiz. a. a.O. S. 18 ff. u. 54 ff., vgl. auch: Der schweizerische Handel a. a. O. S. 27 ff.

[13] Vgl. G. Oderbolz, Art. „Spezialgeschäft“ im Handb. der Schweiz. Volkswirtschaft.

der Kundschaft in gewandter Weise anzupassen versteht. Damit sind aber auch die Schwierigkeiten des Konkurrenzkampfes gewachsen. Symptomatisch zeigt sich dies im Zurückweichen der Fachgeschäfte in die höheren Stockwerke der Häuser, die an belebten Geschäftsstraßen liegen. Die Statistik der „Geschäfte ohne Laden“ [14] läßt die Zunahme der Etagengeschäfte namentlich in schweizerischen Großstädten vermuten. Für die Beurteilung der beträchtlichen ökonomischen Selbständigkeit des kleinen Einzelhändlers wäre schließlich wichtig, seine kreditwirtschaftliche Abhängigkeit von fremden Kapitalgebern (Großhandel, Industrie, Kreditinstitute) zu kennen. Hierüber gibt die Statistik der Betriebe und Unternehmungen ebenso wenig Auskunft wie über die Veränderungen in den Einkaufsgewohnheiten der Kundschaft. Mit diesen Fragen wird der Blick auf die verschiedenen Konkurrenzformen gelenkt, die der kleine Detaillist als eigentliche Bedrohung empfindet. Die Zahl der Warenhäuser [15] wird von der eidgenösisschen Betriebszählung für 1929 mit 68 angegeben; ihr Gesamtpersonal (4641) entfällt zu 62,9 % auf Betriebe mit über 100 Beschäftigten. Ein Vergleich mit der Zählung von 1905 ist mangels einheitlicher Begriffsbestimmung nicht möglich. Diese Einzelhandelsgroßbetriebe wenden sich vorwiegend an die Bedürfnisse breiter Volksschichten, doch hat in ihren einzelnen Abteilungen eine gewisse Angleichung an die Spezialgeschäfte stattgefunden. Nach der Rechtsform der Unternehmungen überwiegen die Aktiengesellschaften. Dabei hat die Konzern- und Filialbildung einen beachtenswerten Umfang angenommen. Neben der Entwicklung von Großbetrieben ist sodann die Tendenz zur Kettenbildung zu verfolgen, die in den Massenzweiggeschäften [16] ihren extremen Ausdruck findet. Die amtliche Statistik hat im Jahre 1929 1175 Filialunternehmungen des Kleinhandels mit zusam-

[14] Der schweiz. Handel, a. a. O. S. 39 ff.

[15] E. H. Mahler, Art. „Warenhäuser“ im Handb. d. Schweiz. Volkswirtschaft; ferner Veröffentlichung Nr. 10 der Preisbildungskommission, „Zur Warenhausfrage“, Bern 1933.

[16] D. Schmidt und F. Mangold, Art. „Filiale und Filialunternehmungen“ im Handb. der Schweiz. Volkswirtschaft, sowie F. Mangold „Die Filialunternehmungen und die Ausgleichssteuer“, Basel 1938.

men 3836 Filialen und 17 226 Beschäftigten gezählt; ferner wurden 2999 Handelsfilialbetriebe in Verbindung mit Gewerbebetrieben ausgewiesen, die sich auf 309 Unternehmungen verteilen und 12 949 Personen beschäftigten. Es ist zu beachten, daß die zahlreichen Unternehmungen mit nur wenig Filialen nicht als Massenzweiggeschäfte bezeichnet werden können, während andererseits die verschleierte Filialbildung statistisch nicht erfaßt wird. Tatsächlich hat sich unter dem Einfluß des Kettenprinzips ein vielgestaltiger Ausdehnungsprozeß im schweizerischen Einzelhandel vollzogen. Er beginnt schon frühzeitig mit dem Ausbau der genossenschaftlichen Warenverteilung namentlich im Lebensmitteldetailhandel[17]. Hier finden sich neben kleinen Konsumvereinen auch Genossenschaften mit sehr zahlreichen Filialen. Eine wichtige ökonomische Unterstützung erhalten alle diese Selbsthilfeorganisationen durch die Großeinkaufseinrichtungen der Spitzenverbände. So sind (1938) dem Verband schweizerischer Konsumvereine 543 Vereine angeschlossen, die mit 2454 Läden einen Umsatz von Fr. 307 069 000.— tätigen; der Umsatz des V. S. K. selbst beträgt Fr. 207 030 000.—. Daneben gehören (1938) zum Verband „Konkordia" 114 Läden mit einem Gesamtumsatz von Fr. 6 077 000.—; der Verbandsumsatz beträgt Fr. 2 989 000.—. Ferner ist zu erwähnen, daß von den zahlreichen landwirtschaftlichen Genossenschaften[18] sich (1938) rund 1100 mit dem Einkauf der für den bäuerlichen Betrieb nötigen Waren und rund 250 unter ihnen außerdem mit der Vermittlung von Haushaltwaren befaßten; wichtigste Spitzenorganisation ist der Verband ostschweizerischer landwirtschaftlicher Genossenschaften. Wir sehen, wie die Produzenten in den Einzelhandel eingreifen und wie anderseits die Konsumvereine durch Eigenproduktion im Bereich der Erzeugung tätig werden. In der Richtung der Kettenbildung bewegt

---

[17] Vgl. H. Faucherre, Art. „Konsumgenossenschaften" im Handb. der Schweiz. Volksw. und Veröffentlichungen der Preisbildungskommission Nr. 11, 12, 13, 17 „Die Verhältnisse im schweiz. Lebensmittelkleinhandel", Bern 1934—37.

[18] Vgl. E. Durtschi, Art. „Landwirtschaftliche Organisationen" im Handb. der Schweiz. Volkswirtschaft.

sich auch die Entwicklung der Einkaufsgenossenschaften [19] der kleinen Einzelhändler, von denen als wichtigste die Union, schweiz. Einkaufsgesellschaft in Olten genannt sei, die (1938) 3926 Mitglieder und einen Umsatz von Fr. 76 164 000.— aufweist. Die Ueberschneidungen in den Sphären der wirtschaftlichen Tätigkeit wird noch deutlicher, wenn man bedenkt, daß auch die Unternehmungen der Fabrikanten und Großhändler durch eigene Filialen direkt an den Konsumenten und Wiederverkäufer gelangen. Ferner haben die Warenhäuser und ihre Konzerne das Filialprinzip übernommen. Außerdem ist hier die neuzeitliche Wiedervereinigung von Groß- und Einzelhandelsfunktionen zu nennen, die uns in der Migros A.-G. [20] mit ihren (1937) 101 Verkaufsmagazinen und einem Umsatz von Fr. 66 676 000.— entgegentritt. Schließlich darf nicht vergessen werden, daß die Filialbildung auch der Weg der Expansion sowohl großer Spezialgeschäfte als auch kleiner Familienunternehmungen ist. Von kleinen Betrieben wird heute auch schon die „freiwillige Kette" als Mittel der Selbsthilfe verwendet. Der Giro-Dienst-Plan G. Duttweilers hat zur Schaffung der Waren-Giro-Genossenschaft, Zürich, geführt, der (1938) 66 Detaillisten angeschlossen waren und die einen Umsatz von Fr. 2 028 000.— ausweist. Neben diesen bedeutungsvollen Auswirkungen des Kettenprinzips vollzieht sich die Expansion im schweizerischen Detailhandel aber noch in anderer Weise, nämlich durch das Aufkommen besonderer Vertriebsformen. Ueber die Versandgeschäfte läßt sich auf Grund der eidgenössischen Betriebszählungen keine Vorstellung gewinnen. Soweit bekannt, treten sie in der Schweiz namentlich in Verbindung mit Ladengeschäften (insbesondere Warenhäusern), ferner als Fabrikversandgeschäfte, aber auch als Nur-Versandgeschäfte auf. Hier ist ferner die Tätigkeit der Handelsreisenden zu erwähnen; im Jahre 1938 betrug die Zahl der amtlichen Ausweiskarten für Kleinreisende 8883. Der Wagenpark der „fahrenden Läden" im

[19] Vgl. Ch. Blanc, Art. „Kleinhändlerverbände" im Handb. der Schweiz. Volkswirtschaft.

[20] Vgl. E. F. Gasser, Art. „Migros-Vertriebssystem" im Handb. der Schweiz. Volkswirtschaft.

Migros-Vertrieb-System wird mit 57 im Jahre 1937 ausgewiesen. Nur wenige Angaben besitzen wir über die Abzahlungsgeschäfte[21]. Reine Abzahlungsgeschäfte sind selten, doch wird das System der Ratenzahlungen von verschiedenen Geschäften angewandt. Enge Verbindungen bestehen zwischen Versand- und Abzahlungsgeschäften. Bezüglich des Warenkreises dürfte noch immer der Hausrat im weiteren Sinne (insbes. auch Autos) überwiegen, aber das Abzahlunggeschäft greift durch Vermittlung von Maschinen und Einrichtungsgegenständen an erwerbsstrebige Unternehmungen über den engeren Detailhandel hinaus. Bezüglich der eigentlichen Konsumfinanzierung sei verwiesen auf die „Angestellten-Kredit-Organisation" (AKO), die ihren Mitgliedern Kreditscheine gewährt, die zu Käufen in einer Reihe von angeschlossenen Spezialgeschäften berechtigen. Als Einheitspreisgeschäft[22] ist für die Schweiz lediglich die Epa-Einheitspreis A.-G. zu nennen, deren Aktien sich im Besitz von zwei Warenhausunternehmungen befinden und die 10 Filialen errichtet hat.

Wir wollen nun diese auf die Schweiz als Ganzes bezüglichen Feststellungen noch durch Betrachtungen ergänzen, die sich auf engere Gebiete beziehen. Bezüglich der Frage nach der Entwicklung der Unternehmungsgrößen kommen die Untersuchungen des statistischen Büros des Kantons Zürich bezüglich des Lebensmitteleinzelhandels zu folgenden Resultaten[23]: „Die Stellung der ‚kleinen selbständigen Existenz' läßt sich demnach wie folgt umreißen: 1. Sie ist am schwächsten, wenn auch noch immer ansehnlich, in der umfangreichsten Branchengruppe, Gruppe ‚Spezerei, Gemischtwaren', mit nur der Hälfte der Verkaufsstellen und

---

[21] Vgl. D. Schmidt, Art. „Abzahlungsgeschäfte" im Handb. der Schweiz. Volkswirtschaft; B. Heilinger, „Der Schutz des mittelständischen Detailhandels", Berner Diss. 1937; sowie die statistischen Publikationen der Städte Bern und Zürich.

[22] Vgl. R. Just, Art. „Einheitspreisgeschäfte" im Handb. der Schweizerischen Volkswirtschaft.

[23] Betriebe und Unternehmungen des Detailhandels mit Lebensmitteln im Kanton Zürich. Ergebnisse einer Betriebszählung vom 15. Oktober 1934, in: Statistische Mitteilungen des Kantons Zürich, Zürich 1936, Nr. 187 S. 57.

wenig mehr als einem Drittel des Personals. 2. Sie entspricht dem Durchschnitt aller Branchengruppen bei den Gruppen ‚Metzgerei' und ‚Molkerei' mit noch nicht 3/5 des Personals. 3. Sie ist relativ am stärksten und absolut überragend bei den Branchengruppen ‚Bäckerei, Konditorei', ‚Obst, Gemüse' und ‚Uebrige Spezialgeschäfte' mit 9/10 der Verkaufsstellen und 4/5 des Personals. 4. Im Lebensmittel-Detailhandel als Ganzem bilden ihren Besitzstand 2/3 der Verkaufsstellen mit allerdings noch nicht 3/5 des Personals." Für die Stadt Zürich, wo die uns interessierenden Entwicklungstendenzen besonders scharf zum Ausdruck kommen, stellt das städtische statistische Amt bezüglich des ganzen Einzelhandels das Folgende fest[24]: „Nicht einmal mehr die Hälfte aller im Kleinhandel beschäftigten Personen arbeitet in einzigen Betrieben (Betrieben von Unternehmungen, die nur einen einzigen Betrieb besitzen). Im Handel mit Kleidungsartikeln und Textilwaren vollends sind nahezu 2/3 des gesamten Personals in Unternehmungen mit Filialen beschäftigt. Am meisten Filialbetriebe, absolut und relativ, weist der Lebens- und Genußmittelhandel auf, in dem von insgesamt 4700 Beschäftigten 2400 in Unternehmungen mit Filialbetrieben arbeiten. — — Die Unternehmungskonzentration im Einzelhandel ist jedoch zweifellos stärker als wie sie im Filialbetriebssystem zum Ausdruck kommt. Hinter einer scheinbar starken Konkurrenz verbirgt sich im Kleinhandel oft genug einheitlicher Unternehmerwille, der die Oeffentlichkeit scheut und den einzelnen Betrieben ihre formelle Selbständigkeit läßt." Wir haben mit Absicht die nicht einheitlichen Ergebnisse der eidgenössischen, kantonalen und städtischen Statistik etwas näher behandelt. Die regionale Betrachtung[25] bestätigt zunächst die bekannte Tatsache, daß das Aufkommen

---

[24] Zürich als Wirtschaftsmetropole, Ergebnisse der Eidg. Betriebszählung vom 22. Aug. 1929, in: Statistik der Stadt Zürich, Heft 39. Statistisches Amt der Stadt Zürich 1932, S. 37.

[25] Sehr beachtenswerte Angaben über die Entwicklung des Einzelhandels in einer Reihe englischer Städte finden wir bei P. Ford, Excessive competition in the retail trades. Changes in the numbers of shops, 1901—1931. (Economic Journal, vol. 45. S. 501 ff. und vol. 46, S. 359 ff.)

der Fachgeschäfte, des Filialsystems und der Warenhäuser eine vorwiegend städtische Erscheinung ist. Wichtiger jedoch scheint uns bei der Analyse unter dem Gesichtspunkt der ökonomischen Träger der Einzelhandelsbetriebe die Feststellung zu sein, dass namentlich in den hochentwickelten Wirtschaftsverhältnissen städtischer Gebiete die kleineren selbständigen Existenzen offenbar Schwierigkeiten haben, ihre Position gegenüber den anderen Organisationsformen des Einzelhandels zu verteidigen. Die Frage nach dem Willen und der Fähigkeit zur Gestaltung der ökonomisch richtigen Gebilde tritt damit in den Vordergrund. Hier aber geht die Trennungslinie, soweit man qualitative Probleme überhaupt statistisch erfassen kann, mitten durch die Kreise des kleinen Einzelhandels selbst hindurch, indem die einen organisatorische Anpassungsfähigkeit zeigen, während die anderen mehr ihren überkommenen Bestand zu erhalten suchen. Eine Bestätigung unserer Auffassung finden wir auch im Verhalten der kleinen Detaillisten gegenüber ihren eigenen Selbsthilfeorganisationen. So stellt eine Untersuchung der mittelständischen Selbsthilfeorganisationen des Lebensmitteleinzelhandels im Kanton Zürich fest[26], daß Unternehmungsgröße und Organisationsquote direkt proportional sind. „So steigt der Anteil der organisierten Inhaber von 44 % in der Klasse Einmann-Unternehmer bis zu 95 % in der Größenklasse von 11—50 beschäftigten Personen. Ganz allgemein läßt sich darnach behaupten, daß das Schwergewicht der Organisation nicht bei den kleinsten Unternehmungen sondern bei denen mittlerer Größe liegt."

Zur Kennzeichnung der ökonomischen Position der verschiedenen Gebilde des Einzelhandels brauchen wir Merkmale, die von den Betriebs- und Unternehmungsstatistiken ihrer Natur nach gar nicht erfaßt werden können. Deshalb verwendet man gern als weiteres Kriterium den Umsatz. Hier seien zunächst jene Versuche erwähnt, den Anteil der verschiedenen Träger des Einzelhandels am Gesamtumsatz die-

[26] Beiträge zur Wirtschaftsstatistik, in: Statist. Mitteilungen des Kantons Zürich, Nr. 191. Herausgeg. vom Statist. Bureau des Kantons Zürich. Zürich Mai 1937 S. 10.

ses Wirtschaftszweiges zu ermitteln[27]. Bezüglich solcher prozentualer Anteilziffern ist aber von vornherein zu sagen, daß die Unterschiede, die bei Ländervergleichen auftreten, auch bei feinerer regionaler Gliederung innerhalb eines einzelnen Landes zu beachten wären. Es ist klar, daß der Anteil der Einzelhandelsformen am Gesamtumsatz in einer Großstadt recht verschieden sein wird von den entsprechenden Prozentzahlen auf dem platten Lande. Viel wichtiger ist aber, daß die Umsatzziffern ja einem dauernden zeitlichen Wandel unterliegen. Die Schwankungen der Marktlagen finden nicht nur in verschieden hohen Gesamtumsatzziffern ihren Ausdruck, sondern der Anteil der verschiedenen Einzelhandelsformen am Totalumsatz wechselt ebenfalls unter dem Einfluß der Konjunktur. Nicht zuletzt muß gegenüber all diesen Statistiken auf die elementare Tatsache hingewiesen werden, daß man vom Umsatz überhaupt nicht direkt auf die Leistungsfähigkeit eines ökonomischen Gebildes schließen kann. Erst die nähere Analyse der beiden erfolgsbestimmenden Komponenten, Aufwand und Erlös, führt hier zu tieferen Einblicken. Die Forschung hat gerade in dieser Richtung namhafte Fortschritte gemacht, nur liegen noch nicht überall speziell auf die Schweiz bezügliche Resultate vor. Von großer Bedeutung ist es da zunächst, die Beziehungen zwischen Kosten und Umsatz und ihre Bewegungen im Verlauf der Konjunktur zu verfolgen. Die sehr eingehenden Untersuchungen über den deutschen Einzelhandel haben dargetan, daß hier sehr verschiedenartige Verhältnisse auftreten kön-

---

[27] Für die Schweiz fehlen solche Umsatzstatistiken. Nystrom macht in seinem Artikel "Retail Trade" in der Encyclopaedia of the Social Sciences vol. XIII. p. 348 die folgenden Angaben:

Retail Trade by Countries and Types of Concern, 1929. Percentage of Retail Trade done by

	Department-Stores	Chain Stores	Consumers' Cooperatives
United States	7,90	21,90	0,15
Great Britain	4,00	14,00	8,20
Germany	5,00	1,00	4,00
France	6,00	5,00	0,73

nen[28]. In der Aufstiegperiode 1924—29 sind in Deutschland die Kosten des Einzelhandels stark gestiegen, da mit der Steigerung des Umsatzes eine erhebliche Erhöhung des Aufwands für Betriebsleistungen (insbesondere Verkaufsleitsungen, Werbung, „Kundendienst") Hand in Hand ging. Die Umsatzzunahme ihrerseits war in der gleichen Aufstiegsperiode in erster Linie durch die Zunahme der Mengen und die Hebung der Qualitäten, also nicht primär durch den Preisanstieg bedingt. Vollkommen anders gestalteten sich die Dinge in der folgenden Abstiegperiode von 1930—1933. Die Kosten sanken damals nur um etwa 1/4, die Umsätze aber etwa um 35 %. Es wurden nämlich weiter erhebliche Anforderungen an die Betriebsleistungen gestellt; die Zahl der Arbeitskräfte und der Umfang der Laden- und Lagerräume konnte nicht dem Rückgang des Umsatzes entsprechend eingeschränkt werden. Der Umsatzrückgang seinerseits war in der gleichen Abstiegsperiode primär durch Preissenkung und erst in zweiter Linie durch Senkung der Qualitäten und Mengen bedingt. Der Lebensmittelhandel im besonderen geriet in eine sehr ungünstige Lage, die sich daraus ergab, daß die Umsätze um 18 % und die Kosten um 8 % zurückgingen. Die Notlage resultierte also aus der großen Stabilität der Kosten, während der Umsatzrückgang sich unter dem allgemeinen Durchschnitt hielt. Diese Orientierung über die Schwankungen der Kosten und Umsätze im Wandel der Marktlagen müßte nun noch ergänzt werden durch spezielle Untersuchungen über das Verhältnis der Kosten zum Umsatz und über die Zusammensetzung der Kosten bei den einzelnen Organisationsformen des Handels. Wir verweisen auf die Tabellen VII und VIII im Anhang und fügen nur noch einige allgemeine Feststellungen hinzu, die dem Erfahrungsbereich der Vereinigten Staaten entnommen, aber doch

---

[28] Vgl. J. Tiburtius, Der Deutsche Einzelhandel im Wirtschaftsverlauf und in der Wirtschaftspolitik von 1925—35, in: Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik, Bd. 142 (1935) S. 562 ff. und 693 ff. Ferner: Die Kosten des deutschen Einzelhandels, ihr Gefüge und ihre Entwicklung im Verhältnis zum Umsatz von 1930 bis 1935 in: Schriftenreihe der Forschungsstelle f. d. Handel beim R.K.W N.F. Nr. 1, Stuttgart 1937.

von prinzipieller Bedeutung sind. Nystrom[29] macht interessante Bemerkungen zum Fragenkomplex: Unternehmungsgröße, Kostenverlauf und regionale Verteilung der Einzelhandelsbetriebe. In Detailhandelsgeschäften verschiedener Größe aber mit gleichem Kreis der Waren und Dienstleistungen haben die Betriebskosten bis zu einem gewissen Punkt die Tendenz, mit wachsender Größe des Ladens zu fallen. Ueber diesen Punkt hinaus ergibt sich mit Vergrößerung der Geschäfte eine klare Tendenz in der Richtung steigender Kosten. Von einer bestimmten Höhe des Umsatzes an führt eine weitere Umsatzsteigerung zu absoluter und relativer Kostensteigerung. Dabei sind die Betriebskosten des gleichen Typs von Einzelhandelsgeschäften mit gleichen Leistungen in kleineren Städten niedriger und in Großstädten höher. Eine ähnliche Steigerung der Kosten zeigt sich, wenn man Detailgeschäfte in der Nachbarschaft und den Vororten von Großstädten mit denjenigen in zentraler Lage in derselben Großstadt vergleicht. Man kann direkt Unterschiede der Kostenhöhe nach verschiedenen geographischen Regionen machen (niedrigste Kosten in ländlichen Gebieten, höchste in industriellen und kommerziellen Zentren der U.S.A.). Im ganzen aber glaubt Nystrom, daß der Trend der Einzelhandelskosten in der Richtung der Erhöhung geht. Neben den Kosten des Einzelhandelsbetriebs und den Umsätzen verdient sodann die Frage der Einkaufspreise besondere Beachtung. Es ist schon hervorgehoben worden, daß die einzelnen Organisationsformen des Detailhandels auf dem Beschaffungsmarkt eine verschieden günstige Position haben. Nähere Untersuchungen dieser Erscheinung würden uns auf das wichtige Gebiet der Verschiedenart der Preisbildung in den engeren und weiteren regionalen Einheiten des Wirtschaftslebens führen.

Erst aus all diesen Betrachtungen ließen sich einigermaßen sichere Feststellungen über die Einkommensverhältnisse bei den verschiedenen Formen des Einzelhandels ableiten. Für zuverlässige Rentabilitätsberechnungen fehlen gegenwärtig noch fast alle erforderlichen Angaben über Gewinne und investierte Kapitalien. Hier zeigt sich

[29] Art. Retail Trade, a. a. O. S. 354.

ganz deutlich, daß das für die kapitalistische Wirtschaftsordnung typische „rechenhafte Erwerbsstreben" in breiten Kreisen des Detailhandels noch nicht voll zur Ausprägung gelangt ist. Die neuere Handelsforschung hat mit der Herausarbeitung von „Kennzahlen" [30] wichtige Beiträge geleistet zur Erkenntnis der Komponenten des Erfolgs und zur Aufdeckung der bestehenden Verlustquellen. Aber die Ermittlung der uns hier interessierenden Ertragsziffern stösst noch immer auf erhebliche Schwierigkeiten. Bei zahlreichen Einzelhandelsgeschäften ist in der Tat noch keine scharfe Trennung zwischen der Unternehmung und dem Haushalt ihres Inhabers festzustellen. Abgesehen davon, daß kleine Detailhändler oft keine oder unzulängliche Buchhaltung haben, ist die exakte Erfolgsermittlung als solche nicht leicht: Unkosten im Geschäft und im Haushalt lassen sich schwer scheiden, Privatvermögen und Geschäftskapital hängen eng zusammen, und vor allem wird die eigene Arbeitskraft des Inhabers und seiner Familie häufig nicht als Kostenfaktor im Handelsbetrieb veranschlagt. Andererseits fließen dem Haushalt des Detaillisten Einnahmen aus Nebenerwerb und Kapitalerträge zu. Um annähernde Vorstellungen vom Reinertrag der Einzelhandelsgeschäfte zu erhalten, muß man sich bestimmter Schätzungen und Fiktionen bedienen, die dann ebenso wie die Auswahl der analysierten Betriebe mancherlei Kritik ausgesetzt sind. Für die Schweiz sei verwiesen auf die wertvollen Untersuchungen, die auf diesem Gebiete vom Schweizerischen Gewerbeverband und vom Verband schweizerischer Spezereihändler bereits durchgeführt worden sind [31]. Wir haben uns bemüht, darüber hinaus auch die Einkommensteuerstatistik zu Rate zu ziehen. Zu Grunde gelegt wurden dabei die Zürcher Steuerstatistiken für 1921, 1925, 1929 und 1934, die vom Statistischen Amt der Stadt Zürich herausgegeben worden sind [32].

---

[30] Internationale Handelskammer: Kennzahlen zur Handelsforschung, Berlin 1935.

[31] Eine gute Zusammenstellung der Ergebnisse enthält die Arbeit von B. Heilinger, a. a. O.

[32] Statistik der Stadt Zürich, Heft 33, 40, 42 und 48; vgl. auch Kantonale Steuerstatistik 1934 in: Statist. Mitteilungen des Kantons Zürich. N.F. Bd. II.

Wir sind uns der Mängel eines solchen Versuchs bewußt. Zunächst einmal muß fingiert werden, daß der Stand der Steuermoral bei allen Pflichtigen gleich ist. Sodann läßt die vorhandene Gliederung der von der Statistik zusammengefaßten Personengruppen nicht alle von uns unterschiedenen Organisationsformen des Einzelhandels erkennen. Auch sind Durchschnittszahlen, die das Einkommen pro Kopf der Pflichtigen nachweisen, leicht irreführend, weil die Einkommensstreuung nicht genügend zum Ausdruck kommt. Erst die Statistiken für 1929 und 1934 kommen für feinere Analysen in Frage, da sie die Quartile oder Viertelswerte der Einkommensgliederung berechnen. „Das untere und das obere Einkommensquartil geben die Einkommensgrenzen an, innerhalb welche die mittlere Hälfte aller Steuerpflichtigen der betreffenden Masse zu stehen kommt". Verfolgen wir zunächst die Tendenz der nachgewiesenen Einkommensbewegung, so kann vergleichsweise eine schon früher für die Stadt Zürich auf Grund der gedruckten Steuerregister durchgeführte Untersuchung herangezogen werden [33]. Sie gelangte zum Ergebnis, daß in der Periode von 1905—1912 „in sämtlichen Branchen, in welchen die Konkurrenz der Warenhäuser überhaupt in Betracht kommt, eine Zunahme des steuerpflichtigen Einkommens zu verzeichnen ist". Eine solche generelle Einkommenszunahme läßt sich nun nach den Steuerstatistiken seit 1921 nicht nachweisen. Vergleicht man die Position „Ladeninhaber" mit den anderen Berufsgruppen und juristischen Personen, namentlich aber mit dem Gesamtdurchschnitt aller steuerpflichtigen natürlichen Personen, so glauben wir bei aller gebotenen Vorsicht doch die folgenden Schlüsse ziehen zu dürfen: Für die Vorstellung von der Vernichtung der kleinen Existenzen oder von der allgemeinen Ueberfüllung des Handels können wir keine Anhaltspunkte finden. Die Einkommensentwicklung der „Ladeninhaber" zeigt im Verlauf der Konjunktur eine ähnliche Tendenz wie die Bewegung der Einkommen aller natürlichen Personen im Durchschnitt. Im einzelnen steht der

---

[33] Die Umsatzsteuer im Detailhandel. Eingabe der Grands Magasins Jelmoli SA an den hohen Kantonsrat des Kts. Zürich und Antwort auf die Eingabe des Gewerbeverbandes der Stadt Zürich. Zürich 1914.

starken Schrumpfung der Erträge juristischer Personen im ganzen Warenhandel ein erhebliches Maß von Krisenfestigkeit bei anderen Berufsgruppen gegenüber, wie es aber die „Ladeninhaber" nicht aufzuweisen haben. Betrachtet man schließlich die absolute Einkommenshöhe der „Ladeninhaber", so stellt sie sich zum Teil als recht niedrig heraus. Das untere und das obere Einkommensquartil der Ladeninhaber (steuerpflichtige Männer ohne und mit Vermögen) betrug 1929: Fr. 3660.— bzw. 8070.— und 1934 Fr. 3060.— bzw. 6880.—. Interessanterweise stimmt das untere Quartil der Stadtzürcher Statistik für 1934 fast genau überein mit dem Ergebnis einer Erhebung des Schweizerischen Gewerbeverbandes, der auf Grund von Durchschnittszahlen aus 132 Handelsbetrieben für 1934 einen „effektiven Ertrag" von Fr. 3144.— berechnet hat [34]. In der Zürcher Steuerstatistik 1934 (S. 42/43) findet sich die beachtenswerte Bemerkung, daß die im untern Quartil der Selbständigen zum Ausdruck kommenden Verdienste der Kleingewerbler und Kleinhändler in der Höhe im ganzen dem obern Quartil der Arbeiter entsprechen. Aber zur richtigen Beurteilung der Gesamtlage ist es notwendig, auch die obern Viertelswerte der Ladeninhaber im Auge zu behalten. Man muß sich davor hüten, in schematischer Weise vom „kleinen Detailhandel" zu sprechen [35]. Vielmehr ist im-

[34] VII. Statistischer Bericht des S. G. V. über die Buchhaltungserhebungen im Jahre 1937. S. 74.

[35] Das gilt nicht nur für die Gegenwart, sondern auch für die Vergangenheit. Die wertvolle Studie von E. Köhler über den Einzelhandel im Mittelalter (Berlin 1938) kommt zu folgendem Resultat: „Die wirtschaftlich-finanziellen Ergebnisse des Zusammenhangs zwischen Warenlager und Betriebsgröße spiegeln sich in den Umsatz- und Vermögensziffern wieder. Beide zusammen bestätigen die wirtschaftliche und soziale Differenzierung des Berufsstandes in einem Umfange und einer Reichhaltigkeit der Gliederung, die wie ein Hohn auf alle obrigkeitlichen und genossenschaftlichen Bemühungen um Reglementierung und Begrenzung der Einzelexistenz nach festen Größenordnungen wirken, die aber auch ein Abbild der Zwiespältigkeit zwischen Weltanschauung des mittelalterlichen Menschen und seinen tatsächlichen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Lebensformen sind. Diese Differenzierung ist der Ausdruck des Wirkens wirtschaftsgeistiger Kräfte, die in ihrer Begründung und Zielsetzung unmöglich aus der Idee einer bloßen Sicherstellung der Nahrung, einer ‚handwerksmäßigen Gesinnung' entstanden sein können".

mer wieder die schon erwähnte Trennungslinie im kleinen Einzelhandel festzustellen: Es gibt Detaillisten, die sich in erfolgreicher Weise in das moderne Wirtschaftsleben trotz aller Konkurrenzformen einzugliedern verstehen, wogegen anderseits eine Schicht besteht, deren Einkommen schon in guten Zeiten so niedrig ist, daß sie bei rückläufiger Konjunktur in eine sehr schwierige Lage geraten. Während also die Grundtendenz der Entwicklung des Detailhandels im Zuge der Differenzierung des Wirtschaftslebens im Sinne einer wachsenden Leistungsproduktion durchaus expansiv ist, erweist sich der Druck einer allgemeinen ungünstigen Wirtschaftslage auf manche kleinen Einzelhändler deswegen besonders stark, weil ihr Einkommen im ganzen durchschnittlich nicht sehr hoch ist. In solchen Zeiten erhebt sich dann besonders nachdrücklich der Ruf nach Maßnahmen der staatlichen Wirtschafts- und Finanzpolitik, denen wir uns nunmehr zuwenden.

III. Die staatliche Wirtschafts- und Finanzpolitik in Bezug auf den Einzelhandel.

Nachdem wir die Organisationsformen des Einzelhandels kennen gelernt haben, gehen wir nunmehr an die Darstellung der staatlichen Eingriffe in diesen Bereich der Vermittlung des Güteraustausches. Zu allen Zeiten haben die beiden Prinzipien der Bindung und der Freiheit miteinander bei der Gestaltung des Gesellschafts- und Wirtschaftslebens gerungen. Als die öffentlichen Gewalten dazu übergingen, den Grundsatz der Handels- und Gewerbefreiheit zu verwirklichen, und damit das Fundament für die Ausbildung des formen- und beziehungsreichen Aufbaus moderner Bedarfsdeckung schufen, zeigte sich, daß mit der Beseitigung überkommener Bindungen vielerlei nachteilige Wirkungen im sozialen Leben auftraten, die alsbald neue Bindungen notwendig werden ließen. So hat also auch unter dem vordringenden Einfluß der Ideen des Wirtschaftsliberalismus das Prinzip der Freiheit nie allein geherrscht, vielmehr sind im Zuge der Umgestaltung der Gesellschaftsverfassung nicht nur alte Ideen

lebendig geblieben, sondern auch neue wirtschaftspolitische Forderungen aufgekommen, und dies alles hat zu wachsenden Eingriffen organisierter Gesamtheiten in Form der Selbst- und Staatshilfe Anlaß gegeben. Diese Gegenströmung, die als Arbeiter-, Bauern- und Mittelstandspolitik zu steigendem Einfluß gelangt ist, hat heute wieder die alte Grundfrage nach Art und Maß von Bindung und Freiheit im menschlichen Zusammenleben in den Brennpunkt des Streites der Meinungen gerückt. Unter diesen Gesichtspunkten ist es daher notwendig, die engere Frage der staatlichen Wirtschafts- und Finanzpolitik in bezug auf den Einzelhandel zu betrachten. Dabei stellt unser systematischer Ueberblick im wesentlichen auf den gegenwärtigen Stand dieser öffentlichen Eingriffe ab. Die Stoffgliederung erfolgt in der Weise, daß zunächst von den Maßnahmen gegenüber besonderen Organisationsformen des Einzelhandels, dann von der öffentlichen Wettbewerbsordnung und schließlich von den direkten Eingriffen in die Preisbildung die Rede sein soll.

A. Maßnahmen gegenüber besonderen Organisationsformen des Einzelhandels.

Als alter Konkurrent des seßhaften Einzelhandels kommt zunächst der Wanderhandel in Frage, den die staatlichen Maßnahmen in Gestalt der Konzessionierung und der Erhebung von Patenttaxen regeln und teilweise sogar verbieten. In der Schweiz erfolgt die Ordnung des Wanderhandels in erster Linie durch die kantonalen Bestimmungen über Patenterteilung und Patenttaxen. Ein Verbot kommt wegen der in Art. 31 der BV ausgesprochenen Handels- und Gewerbefreiheit nicht in Frage; soweit die Kantone vor 1874 solche Verbote kannten, mußten sie aufgehoben werden. Dagegen bestehen eidgenössische Verbote für das Hausieren mit geistigen Getränken, mit Gold- und Silberwaren, mit Pferden, Rindern, Schafen, Ziegen und Schweinen, mit Lebensmitteln (namentlich auch Fleisch) und mit Uhren. Weitergehende Forderungen, die insbesondere eine allgemeine eidgenössische Regelung des Hausiererwesens, Einführung der Bedürfnisklausel, Maßnahmen gegen ausländische Hausierer und gegen Wanderlager vorsehen, sind bisher nicht verwirklicht worden. So

sind im ganzen die Patenttaxen das wichtigste Mittel, mit dem in der Schweiz gegen den Wanderhandel vorgegangen wird. In Deutschland ist durch Reichsgesetz vom 10. Dezember 1937 eine Wandergewerbesteuer eingeführt worden. Ihr unterliegt jedes im Inland im Umherziehen betriebene Gewerbe, wenn es dafür nach der Gewerbeordnung eines Wandergewerbescheines bedarf. Steuerpflichtig ist ferner der im Umherziehen außerhalb des Bezirks der Wohnsitzgemeinde betriebene Handel mit Erzeugnissen der Land- und Forstwirtschaft, des Gartenbaus, des Obstbaus, der Geflügelzucht und der Bienenzucht, die nicht selbst gewonnen sind, und das Anbieten gewerblicher Leistungen im Marktverkehr, auch wenn es dafür eines Wandergewerbescheines nicht bedarf. Weit größeren Umfang haben die Maßnahmen, die sich auf den Kampf zwischen den verschiedenen Formen des stehenden Einzelhandels beziehen. Die Mittel, deren sich die staatliche Gesetzgebung bedient, liegen einmal auf dem Gebiet der Finanzpolitik (hierüber später unter IV. Warenhaussteuer) und zum andern im engern Bereich der Wirtschaftspolitik. Diese letztern sollen noch etwas näher betrachtet werden. Da sind zunächst jene tiefeinschneidenden Sperrvorschriften zu nennen, mit denen man die freie Entwicklung bestimmter Organisationsformen des Einzelhandels zu hemmen sucht. Die Schweiz ist zu einer gesetzlichen Regelung der Eröffnung und Erweiterung von Warenhäusern, Kaufhäusern, Einheitspreisgeschäften und Filialgeschäften geschritten (Bundesbeschlüsse von 1933, 1935, 1937, 1939). Von einem generellen Verbot der Eröffnung und Erweiterung kann jedoch nur bezüglich der Einheitspreisgeschäfte gesprochen werden. Daneben ist ein Bewilligungsverfahren eingeführt worden. Ohne eine solche Bewilligung ist es untersagt, neue Waren- und Kaufhäuser zu eröffnen oder bestehende Waren- und Kaufhäuser zu erweitern. Das gleiche gilt für die Eröffnung neuer und die Erweiterung bestehender Filialgeschäfte durch Großunternehmungen des Detailhandels auf dem Gebiete des Lebensmittel-, des Schuh-, des Textilien- und des Möbelhandels. Als Filialgeschäfte gelten auch die Verkaufsablagen industrieller Unternehmungen dieser Wirtschaftszweige. Die Legaldefinition der Großunternehmungen stellt auf die

Zahl der Verkaufsgeschäfte ab. Man schloß damit auch die größeren Genossenschaften ein, die dann neuerdings wieder weitgehend befreit worden sind. Es können jedoch diese Großunternehmungen des Detailhandels mit den zuständigen Verbänden des Detailhandels über die Eröffnung und Erweiterung von Filialgeschäften Vereinbarungen abschließen, durch die besondere Schiedsstellen zur Durchführung des Bewilligungsverfahrens eingesetzt werden. Derartige Vereinbarungen unterliegen der Genehmigung des Bundesrates. Für die Beurteilung der Tragweite dieser gesetzlichen Eingriffe ist wichtig, daß der Eröffnung und Erweiterung eine größere Zahl weiterer Rechtshandlungen gleichgestellt worden ist. Ueber den Kreis der betroffenen Betriebe oder Unternehmungen entscheidet im Zweifel das eidgenössische Volkswirtschaftsdepartement. Schließlich wird beim Bewilligungsverfahren vor allem auf die Bedürfnisfrage und auf „erhebliche, wirtschaftliche Interessen" abgestellt. Wesentlich weiter gehen die Eingriffe des Gesetzgebers in Deutschland. Die Entwicklung begann hier 1932 mit einer zeitlich befristeten Errichtungssperre für Einheitspreisgeschäfte. In der Einzelhandelsschutzgesetzgebung von 1933 bis 1935 zeigen sich dann verschiedene Tendenzen. Als Uebergangsmaßnahme wurde zunächst eine Errichtungs- und Erweiterungssperre für alle Warenverkaufsstellen ausgesprochen. Dabei waren jedoch Ausnahmen vorgesehen, wenn ein besonderes Bedürfnis vorlag. Solche Ausnahmen wurden aber nicht gewährt für Warenhäuser, Kleinpreisgeschäfte, Serienpreisgeschäfte und andere durch die besonderer Art der Preisstellung gekennzeichnete Geschäfte oder für Verkaufsstellen eines mehrere Verkaufsstellen betreibenden Unternehmens. Im Jahre 1934 sind dann alle zeitlichen Befristungen gefallen und andersartige Regelungen getroffen worden. Die Bewilligung von Ausnahmen wurde nunmehr für alle Verkaufsstellen an den Nachweis der erforderlichen Sachkunde und der persönlichen Zuverlässigkeit geknüpft. Außerdem kann die Zuslassung versagt werden, wenn in der betreffenden Gegend eine außergewöhnliche Uebersetzung innerhalb des gleichen Handelszweigs herbeigeführt würde. Im ganzen hat sich also der Gedanke der Genehmigungspflicht in Verbindung mit dem Befähigungsnachweis durchgesetzt. Die

Prüfung des Bedürfnisses findet als gesetzliche Maßnahme jetzt gerade bei den oben erwähnten Warenhäusern, Kleinpreisgeschäften etc. Anwendung. Die deutsche Gesetzgebung geht sodann über die Errichtungs- und Erweiterungssperre hinaus und hat in gewissem Umfang sogar einem Abbau bereits bestehender Einrichtungen eingeleitet. Hier ist zu verweisen auf die Möglichkeit der Schließung von Handwerksbetrieben, Leihbibliotheken, Erfrischungsräumen in Warenhäusern etc. (auch Annahmeverbot von Bedarfsdeckungsscheinen im Zusammenhang mit den Ehestandsdarlehen). Ferner ist durch eine besondere gesetzliche Regelung von 1935 sogar die vollkommene Auflösung bestimmter Verbrauchergenossenschaften angeordnet worden. Im Zusammenhang mit der Durchführung des Vierjahresplanes sieht die Verordnung vom 22. Februar 1939 die Löschung der in die Handwerksrolle eingetragenen, arbeitseinsatzfähigen Handwerker vor. Dies hat zu geschehen, wenn a) sie persönlich oder betrieblich insbesondere den fachlichen Voraussetzungen, die zur Führung eines selbständigen Handwerksbetriebs erforderlich sind, nicht genügen, es sei denn, daß die Aufrechterhaltung eines Betriebs volkswirtschaftlich notwendig ist; b) ein volkswirtschaftlich gerechtfertigtes Bedürfnis für die Aufrechterhaltung ihres Betriebs nicht mehr besteht. — Aehnliche mehr oder weniger weitgehende Beschränkungen finden sich auch in andern Ländern. Italien hat seit 1926/27 den gesamten Groß- und Einzelhandel einer Speziallizenz unterworfen. Luxemburg ist von der ursprünglichen Genehmigungspflicht für Händler und Handwerker (1932) zur Sperre für Filialen, Einheitspreisgeschäfte, Bazare und Genossenschaften geschritten. In Frankreich bestehen Sperren für „fahrende Läden" (1935) und für Einheitspreisgeschäfte (1937). Auch Belgien hat seit 1937 die Errichtung und Erweiterung von Detailhandelsgeschäften eingeschränkt. Bezüglich besonderer Vertriebsformen des Handels seien schließlich einige Regelungen erwähnt, die allerdings nicht so tiefeingreifend sind wie die bisher aufgeführten Sperrvorschriften. Wie in der Schweiz bestehen in verschiedenen Staaten gesetzliche Bestimmungen bezüglich des Abzahlungsgeschäftes. Auch der Verkauf aus Automaten hat Sonderregelungen erfahren. In der Schweiz

ist erwogen worden, auch die Versandgeschäfte einer Sperre zu unterwerfen; in Deutschland besteht sie speziell für Textilversandgeschäfte.

B. Oeffentliche Wettbewerbsordnung.

Zu den Maßnahmen, die sich gegen bestimmte Organisationsformen des Einzelhandels richten, gesellen sich allgemein gehaltene Rechtsnormen, die gegen verschiedene Erscheinungen im freien Wettbewerb gerichtet sind und sich im Sinne der Einschränkung der Handels- und Gewerbefreiheit auswirken. In der Gesetzgebung der meisten Länder ist es schon seit längerer Zeit zur Ausgestaltung einer solchen öffentlichen Wettbewerbsordnung gekommen. Die Vielzahl der bestehenden, sehr verschiedenartigen Regelungen kann hier nicht im Detail behandelt werden; wir beschränken uns darauf, die wichtigsten Gruppen von Maßnahmen vorzuführen. Schon seit dem Ausgang des 19. Jahrhunderts hat die Mittelstandsbewegung zum Kampf gegen den unlautern Wettbewerb gedrängt. Solche Mißbräuche der Handelsfreiheit treten uns entgegen im eigensüchtigen „Anschwärzen" von Konkurrenten und in der Nachahmung von Handelsmarken, -zeichen und -firmen. Ferner kommen in Frage unlautere Reklame, Quantitäts- und Qualitätsverschleierungen, Verrat von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen, Bestechungen etc. Im Einzelhandel spielen daneben eine große Rolle die Ausverkäufe und die Gewährung von Rabatten und von Zugaben. Für alle diese Erscheinungen des Wettbewerbs bestehen in der Gesetzgebung der verschiedenen Länder umfangreiche Sonderbestimmungen, die bis zum Bewilligungsverfahren und Verbot der Vornahme bestimmter Handlungen gehen. Eine weitere Gruppe von Maßnahmen richtet sich speziell gegen einzelne Handelszweige und sucht hier die angebotenen Warenqualitäten und und Warenarten zu beeinflussen. Als Motiv dieser Gesetzgebung wird in erster Linie der Schutz der Gesundheit und Sittlichkeit der Bevölkerung hervorgehoben, daneben können aber auch finanz- und wirtschaftspolitische Zielsetzungen verfolgt werden. Gegenstand solcher Regelungen ist namentlich der Handel mit Lebens-, Genuß-, Arzneimitteln und Giften. Häufig angewendetes Mittel ist die Konzessionierungs-

pflicht. Wichtige Genußmittel werden überhaupt vom Staate monopolistisch verwaltet. Wir haben es hier mit den Steuermonopolen (Branntwein, Tabak, Salz etc.) zu tun, die entweder den ganzen Weg der Ware von der Erzeugung bis zum letzten Verbrauch oder nur einzelne Etappen zwecks Einnahmenerzielung für den Staat monopolisieren. Bei andern Monopolen (wichtigstes Beispiel: Getreidemonopol) stehen die wirtschaftspolitischen Absichten im Vordergrund. Schließlich ist es manchmal zu vollständigen Verboten gekommen, so z. B. bezüglich des Handels mit Alkohol oder mit gefährlichen Drogen. Eine letzte Gruppe von Maßnahmen befaßt sich mit der beruflichen Ausbildung. Wenn auch das kaufmännische Bildungswesen schon auf eine lange Geschichte zurückblicken kann, so kommt ihm doch heute im Zusammenhang mit dem oben erwähnten Gedanken des Befähigungsnachweises (vgl. Deutschland) erhöhte Bedeutung zu. Die Tendenz geht dahin, nicht nur Lehrlinge und Gehilfen, sondern auch die selbständigen Inhaber von Einzelhandesfirmen in ihrem Beruf zu fördern. Von der Abwehr von Gefahren und Mißbräuchen geht also der Gesetzgeber immer mehr zu einer positiven und kritischen Einflußnahme auf die Einzelhändler selbst über. Er folgt hierbei einem Weg, den auch die Selbsthilfeorganisasition des Mittelstandes bereits tatkräftig beschritten haben.

C. Direkte Eingriffe in die Preisbildung.

Die mittelalterlichen Preistaxen waren im Zuge des Vordringens der Handels- und Gewerbefreiheit bis auf geringe Reste verschwunden, aber die Kriegswirtschaft und die Krisenüberwindungspolitik haben öffentliche Eingriffe in die Preisbildung wieder in starkem Maße aufleben lassen. Sie sind gar nicht nur speziell auf den Einzelhandel beschränkt, sondern umfassen immer mehr das ganze Wirtschaftsleben. Die staatliche Marktpolitik geht heute über die Ordnung des Wettbewerbs hinaus, sie befaßt sich mit der Regelung des Angebots und der Nachfrage sowie schließlich direkt mit der Preisbildung selbst. Am Preis orientieren sich die ökonomischen Gebilde, aber sie suchen auch Einfluß auf ihn zu gewinnen. Namentlich die Selbsthilfeorganisationen (Kartelle, Genossenschaften, Gewerkschaften und sonstige Interessen-

verbände) haben in weitem Umfang die freie Preisbildung eingeschränkt. Für den Einzelhandel ist ferner wichtig, daß auch ein einzelner Unternehmer oder mehrere Firmen zusammen den Detail-Verkaufspreis der Ware vertragsmäßig festlegen können. Es geschieht dies durch die sogenannte Preisbindung der zweiten Hand, die vor allem im Zusammenhang mit dem absatztechnischen Hilfsmittel des Markenartikels von Produzenten und Händlern angewandt wird. Entsprechend der großen Bedeutung der Preise im organisatorischen Aufbau der Bedarfsdeckung sieht sich der Staat vor sehr schwierige Aufgaben gestellt, die er mit verschiedenartigen Maßnahmen zu lösen sucht. Er kann sich zunächst lediglich auf eine Ueberwachung der Preise beschränken. Aber die Feststellung der Bewegung des Preisniveaus und der wichtigen hier auftretenden Preisdisparitäten (Auseinanderklaffen der Preisindices für die verschiedenen Sachgüter und Leistungen) genügt in der Regel nicht; der Staat braucht dann weitergehende Befugnisse. Er wird entweder durch eigene Maßnahmen oder zusammen mit den Selbsthilfeorganisationen bei der jeweils gewünschten Hebung oder Senkung der Preise mitwirken oder er kann auch eine Preisstabilisierung anstreben. Auf jeden Fall gelangt dann das staatliche Vorgehen vom Verbot, bestehende Preise zu ändern, schließlich zur autonomen Festsetzung von Preisen, die dann wieder durch Abänderung, Aufhebung oder Verbindlichkeitserklärung privater Vereinbarungen ergänzt wird. Ein ganzes System von Mindest-, Höchst- und Spannungspreisen, von gebundenen Verarbeitungs- und Verteilungsspannen, sowie von eigentlichen Festpreisen ist heute in vielen Ländern zur Ausbildung gelangt und beeinflußt die Lage des Einzelhandels in bedeutsamer Weise. Aus der Fülle der hier zu erwähnenden preispolitischen Maßnahmen sei als Beispiel das Vorgehen des schweizerischen Gesetzgebers genannt. Nachdem in der Depression der Dreißigerjahre der freiwillige Preisabbau sich nicht in genügendem Umfang durchsetzte, kam es im Anschluß an die Einfuhrbeschränkungen und nach Verwerfung der „Kriseninitiative" zum Bundesbeschluß betreffend die Ueberwachung von Warenpreisen (20. Juni 1936). Die Abwertung des Schweizerfrankens schuf aber sehr bald eine veränderte Situation, die

zum Bundesratsbeschluß über außerordentliche Maßnahmen betreffend die Kosten der Lebenshaltung (27. September 1936) führten. Das daraufhin durch Verfügung ausgesprochene allgemeine Preiserhöhungsverbot wurde 1937 wieder aufgehoben; es ist nur für bestimmte Waren und Leistungen der Genehmigungszwang beibehalten und dann auch noch weiter gelockert worden. Andererseits verfolgte der eidgenössische Gesetzgeber weiter Preisstützungspolitik, so insbesondere bezüglich der Getreide- und Milchproduktion und der Uhrenindustrie. Die jüngste Etappe der schweizerischen Preispolitik ist mit dem Bundesratsbeschluß betreffend die Kosten der Lebenshaltung und den Schutz der regulären Marktversorgung eingeleitet worden (1. September 1939). Die sogleich erlassene Verfügung Nr. 1 des eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartements untersagt allgemein eine Preiserhöhung über den effektiven Stand vom 31. August 1939 ohne Genehmigung und sucht durch eine Reihe von Spezialbestimmungen gegen die Preisauftriebstendenzen zu wirken.

IV. Die Warenhaussteuer insbesondere und ihre Auswirkungen.

Bei der Orientierung über die staatlichen Eingriffe in den Bereich des Einzelhandels wurde erwähnt, daß die öffentlichen Gewalten auch finanzpolitische Mittel zur Erreichung ihrer wirtschaftspolitischen Zielsetzungen verwenden. Es ist vor allem auf jene Sondersteuern zu verweisen, die man unter dem Begriff der Warenhaussteuer zusammenzufassen pflegt. In der Schweiz hat die Botschaft des Bundesrates an die Bundesversammlung über den Ausbau der Landesverteidigung und die Bekämpfung der Arbeitslosigkeit vom 7. Juni 1938 den Gedanken einer Ausgleichsteuer auf Großunternehmungen des Einzelhandels aufgegriffen und damit zum Gegenstand einer vielseitigen Diskussion gemacht. Nachdem ein Bundesbeschluß über den Erlaß eines entsprechenden Verfassungsartikels in der Volksabstimung vom 4. Juni 1939 angenommen worden ist, erscheint es gerechtfertigt, diesem ganzen Problemkreis noch eine nähere Betrachtung zu widmen.

Die Forderung der Besteuerung bestimmter Formen des Einzelhandels ist zuerst in Frankreich, und zwar bereits im Jahre 1844 verwirklicht worden. Unter dem Eindruck des starken Vordrängens der Mittelstandsbewegung in den neunziger Jahren des 19. Jahrhunderts sind dann seit 1899 eine Reihe deutscher Einzelstaaten zu entsprechenden Maßnahmen geschritten, und auch in den Vereinigten Staaten datieren seither erste Versuche solcher steuerpolitischen Eingriffe in der einzelstaatlichen Gesetzgebung. Diese also schon über viele Jahrzehnte gehende Entwicklung ist seit dem Weltkrieg zunächst in Frankreich in neue Bahnen gedrängt worden und hat dann in der jüngsten großen Wirtschaftskrise (seit 1930) vor allem in Deutschland eine weitere wichtige Ausgestaltung erfahren. Die starke wirtschaftliche Depression hat auch in andern Staaten entsprechende Steuerprojekte entstehen lassen. Daneben hat speziell das Aufkommen der Massenfilialgeschäfte in den Vereinigten Staaten die einzelstaatliche Gesetzgebung zur Schaffung von Sondersteuern auf diese chain stores veranlaßt. Wir erfassen das Wesen der hier vorliegenden Erscheinungen am besten, wenn wir in international-vergleichender Darstellung zunächst die F o r m und die Umschreibung des G e g e n s t a n d s dieser Sonderbesteuerung verfolgen. Am Anfang der Entwicklung steht in Frankreich und Deutschland der Gedanke, eine Sondergewerbesteuer auf Warenhäuser zu schaffen. Aus diesem Grunde mußte der Gesetzgeber eine Legaldefinition für das Warenhaus geben. Man benützte dabei zunächst als entscheidendes Merkmal den Tatbestand, daß ein Unternehmen Handel mit Waren von verschiedener, nicht zusammengehöriger Art betrieb. So spricht bereits das französische Gesetz von 1844 von „magasins de plusieurs espèces de marchandises". Bei der nähern Bestimmung dieser Verschiedenartigkeit der Waren ergaben sich aber erhebliche Schwierigkeiten, weshalb man Warengruppen bildete und anordnete, daß der Einzelhandel mit wenigstens zwei dieser Gruppen die Steuerpflicht begründen solle. Als Beispiel hierfür ist das preußische Warenhaussteuergesetz von 1900 zu nennen, das vier solche Warengruppen aufgestellt und sie zur Ermittlung des Steuergegenstands verwendet hat. Daneben geht eine andere Ent-

wicklung, die namentlich durch den Ausbau der Warenhausbesteuerung in Frankreich im Rahmen der dortigen Patentsteuergesetzgebung gefördert worden ist, aber sich auch in verschiedenen deutschen Einzelstaaten vor dem Kriege nachweisen läßt. Bei der Bestimmung des Steuerobjektes wurde neben der Anzahl der geführten Warengruppen, auf die Zahl der beschäftigten Personen, den Mietwert oder die Fläche der Geschäftsräume, die Höhe des Umsatzes oder überhaupt auf die ganze Art des Geschäftsverfahrens abgestellt. Allmählich entschloß man sich dazu, die abgabepflichtigen Betriebe namentlich aufzuzählen. Dem weiterhin bestrittenen Wort „Warenhaus" fügte man dann zumeist noch Bezeichnungen wie Bazare und Großmagazine hinzu. Damit war bereits der engere Rahmen einer eigentlichen Warenhaussteuer gesprengt, und in der folgenden Entwicklung ist dann der Kreis der steuerpflichtigen Organisationsformen des Einzelhandels immer weiter gezogen worden. So wurden häufig auf Versand-, Abzahlungs-, Versteigerungs-, Ausverkaufs-, Rabattmarkengeschäfte, ferner Produktionsgenossenschaften und Konsumvereine für steuerpflichtig erklärt. Mit dem Aufkommen der Einheitspreis- und Kleinpreisgeschäfte und dgl. hat man auch diese einzubeziehen begonnen. Eine weitere Sonderform wurde dadurch geschaffen, daß man Zweiggeschäfte als solche der Besteuerung unterwarf (Filialsteuer), wobei sich dann wieder die Sonderform der Forensalfilialsteuer ergab, die nur Gewerbebetriebe erfaßte, die außerhalb des Steuergebiets ihren Hauptsitz hatten oder auswärts wohnenden Personen gehörten. Immer aber blieb im ganzen der Charakter einer Sondergewerbebesteuerung gewahrt. Seit dem Kriege ist nun eine entscheidende Wendung eingetreten, indem man neben den alten Sondergewerbesteuern neue Spezial-Umsatzsteuern eingeführt hat. Während schon früher der Umsatz bei der Umschreibung der objektiven Steuerpflicht im Rahmen der Gewerbesteuergesetzgebung eine Rolle gespielt hatte, ist also die neueste Entwicklung von den Ertragssteuern hinüber in das Bereich der Aufwandsteuern gegangen. Gleichzeitig erfolgte eine nochmalige Ausweitung des Kreises der steuerpflichtigen Betriebe, wobei man sich immer mehr vom ursprünglichen Gedanken der Warenhausbesteuerung entfernte und in wach-

sendem Maße lediglich auf den Tatbestand eines großen Umsatzes abstellte. Bahnbrechend in dieser Richtung ist wiederum Frankreich vorangegangen. Im Jahre 1917 hat man die alte Patentsteuer den Departementen und Gemeinden überlassen, eine neue Staatssteuer auf das gewerbliche Einkommen eingeführt und zugleich eine neue staatliche Sonderumsatzsteuer geschaffen. Diese „taxe spéciale sur le chiffre d'affaires" wird neben der allgemeinen Umsatzsteuer von 1920 erhoben und trifft alle Unternehmungen, die vorwiegend Einzelhandel mit Lebensmitteln oder andern Waren betreiben, soweit ihr Umsatz nach Abzug der Ausfuhr eine Million Franken übersteigt. Außerdem sind seit 1925 auch Bank- und Kreditinstitute sowie Versicherungsunternehmungen einbezogen worden, so daß der Kreis der steuerpflichtigen Betriebe überaus umfangreich ist. Daneben bestehen besondere Warenhaussteuern in den Departementen Haut-Rhin, Bas-Rhin und La Moselle. Eine ähnliche Entwicklung läßt sich in Deutschland feststellen. Hier ist seit 1933 auf Grund reichsrechtlicher Rahmengesetzgebung die Sondergewerbebesteuerung der Länder und Gemeinden weiter entwickelt worden. Daneben ist aber schon seit 1930 in die allgemeine deutsche Umsatzsteuer eine Sonderumsatzsteuer eingebaut worden, indem man für Unternehmungen mit einem Jahresumsatz von einer Million Reichsmark einen erhöhten Umsatzsteuersatz zur Anwendung gebracht hat. Nach der Regelung von 1932 beziehungsweise 1934 beträgt dieser erhöhte Steuersatz 2½ % (gegenüber dem allgemeinen Satz von 2 %). Vom erhöhten Steuersatz werden Unternehmungen, die mehr als 75 % des Gesamtumsatzes im Einzelhandel umsetzen, bezüglich aller ihrer steuerpflichtigen Umsätze betroffen. Unternehmungen die bis zu 75 % des Gesamtumsatzes im Einzelhandel umsetzen, haben nur für die steuerpflichtigen Umsätze im Einzelhandel den erhöhten Steuersatz zu entrichten. Weniger umfangreich ist die geplante Ausgleichsteuer in der Schweiz[36], wo man nicht auf eine allgemeine Umsatzsteuer aufbauen

[36] Vgl. die Botschaft des Bundesrates an die Bundesversammlung betr. den Erlaß eines Ausführungsbeschlusses über die Ausgleichsteuer vom 20. Dezember 1939.

konnte. Steuerpflichtig sind hier die Unternehmungen des Detailhandels, deren gesamter inländischer Detailwarenumsatz einschließlich gewisser steuerfreier Lieferungen 200 000 Franken übersteigt. Hierzu gehören auch Selbstbedienungs- und Automatenrestaurants sowie industrielle und gewerbliche Betriebe, die eigene oder fremde Erzeugnisse im Detail abgeben. Umsätze mehrerer rechtlich selbständiger Unternehmungen, die in wirtschaftlicher Hinsicht eine Einheit bilden, werden zusammengerechnet. Mit diesen Ausführungen haben wir bereits die Fragen der Bemessungsgrundlage und der Höhe der steuerlichen Belastung berührt, die für die Beurteilung aller genannten Sondersteuerformen von großer Bedeutung sind. Soweit die Gesetzgebung vom Gedanken der Sondergewerbebesteuerung ausgeht, hat sie im Laufe der Zeit die verschiedenartigsten Bemessungsgrundlagen (Flächenraum, Mietwert, Betriebskapital, Zahl der Zweigstellen, Kopfzahl des beschäftigten Personals, Anzahl der verwendeten Pferde und Wagen, Zahl der Warengruppen und sehr häufig den Umsatz) verwendet und dabei diese Merkmale in mannigfacher Weise miteinander verbunden. Das überaus bunte Bild der Sondergewerbesteuern hat insofern eine Vereinfachung erfahren, als in Deutschland die jüngste Ausgestaltung dieser Steuerformen mit einer Vereinheitlichung der Realsteuern Hand in Hand gegangen ist. Seit 1933 hat man den deutschen Ländern und Gemeinden die Möglichkeit gegeben, bestehende Sondergewerbesteuern zu erhöhen und neue einzuführen. Gleichzeitig wurde aber einschränkend bestimmt, daß die Sondersteuern als Zuschläge zur allgemeinen Gewerbesteuer zu erheben seien und ein Höchstsatz für diese Zuschläge festgelegt. Es ist also das Maß der steuerlichen Belastung je nach der Höhe der allgemeinen Gewerbesteuern in den einzelnen Ländern (bzw. Gemeinden) sehr verschieden. Mertens[37] hat versucht, für das Stichjahr 1935 ein ungefähres Bild vom Stand dieser Sondergewerbebesteuerung zu geben. Inzwischen ist eine gewisse Vereinfachung durch den Erlaß des Einführungsgesetzes zu

[37] Die steuer- und wirtschaftspolitischen Maßnahmen bezüglich der Warenhäuser in Deutschland (1930 bis Juli 1935). Basler Diss., Köln 1937.

den Realsteuergesetzen und des neuen Gewerbesteuergesetzes (beide vom 1. Dezember 1936) erfolgt. Dadurch wird einmal die schon vorher bestehende Tendenz durch Reichsrecht konsolidiert, daß als Bemessungsgrundlage für die jetzt vollständig den Gemeinden überlassene Gewerbebesteuerung im wesentlichen der Gewerbeertrag und das Gewerbekapital (daneben Lohnsummensteuer) Verwendung finden. Sodann hat das Reich auf die Höhe der steuerlichen Belastung durch Sondergewerbesteuern noch weiteren Einfluß gewonnen. Es ist nämlich bestimmt worden, daß in Ländern, in denen beim Inkrafttreten der Neuordnung der Realsteuern vom Jahre 1936 eine Warenhaussteuer besteht, die Hebesätze für die Gewerbesteuer hinsichtlich der in der Gemeinde gelegenen Betriebsstätten von Warenhäusern höher sein können als für die übrigen Gewerbebetriebe. Aber es sind nunmehr der Reichsminister des Innern und der Reichsminister der Finanzen, die die zuläßlichen Höchstsätze bestimmen. Im übrigen gelten bezüglich der Frage, welche Gewerbebetriebe zur erhöhten Gewerbesteuer herangezogen werden können, weiterhin die Vorschriften des Landesrechts. Einfacher liegen die Verhältnisse bei den neueren Sonderumsatzsteuern, die als Bemessungsgrundlage immer den Umsatz wählen. Es ist interessant festzustellen, daß man bezüglich des Maßes dieser Sonderumsatzbesteuerung recht verschiedenartige Versuche gemacht hat. Nur wenige Zahlen seien genannt: Schon in der Vorkriegszeit hat man in Bayern bei der Sondergewerbesteuer, die nach dem Umsatz bemessen wurde, Sätze von 1 bis 7% vorgesehen (Höchstgrenze 20 % des Reinertrags). Wesentlich niedriger ist die gegenwärtige französische Sonderumsatzsteuer, die (seit der Erhöhung 1924) 1,2 bis 6 ‰ beträgt und neben der allgemeinen Umsatzsteuer erhoben wird. Beachtenswert ist die neueste Entwicklung in Deutschland. Hier sah die Umsatzsteuernovelle von 1930 eine allgemeine Umsatzsteuer von 8,5 ‰ und eine erhöhte Umsatzsteuer von 13,5 ‰ vor. Nach der Regelung für 1932 bzw. 1934 beträgt — wie erwähnt — der allgemeine Satz 2 % und der erhöhte Steuersatz 2½ %. Die geplante schweizerische Ausgleichsteuer verwendet als Bemessungsgrundlage den Detail-Warenumsatz. Als solcher gilt ein Umsatz, sofern die Ware gegen Entgelt und

nicht nachweislich für den Wiederverkauf, den gewerblichen Gebrauch oder Verbrauch zu den für solche Lieferungen gebräuchlichen Vorzugsbedingungen abgegeben wird. Befreit sind Umsätze von Milch und Milchprodukten; frischem Obst, frischem Gemüse, Kartoffeln; flüssigen Treibstoffen; Kochsalz. Für die steuerliche Belastung ist ein Stufensatztarif vorgesehen. Er beginnt einheitlich mit 2 ‰ für alle Detailumsätze unter 500 000 Fr. Die Progression steigt dann aber in einer großen Zahl von Stufen für die verschiedenen Arten der Einzelhandelsgeschäfte in unterschiedlicher Weise an und erreicht bei Umsätzen über 10 Millionen Franken die folgenden Höchstsätze: Für Einheitspreisgeschäfte 40,0 ‰; für Waren- und Kaufhäuser, bewegliche Verkaufsstellen der Unternehmungen mit fahrenden Läden, Versandgeschäfte, die mehrere Warengattungen führen, 25,0 ‰, für sonstige Filialunternehmungen, Versandgeschäfte, die nur eine Warengattung führen, feste Verkaufsstellen der Unternehmungen mit fahrenden Läden 15,0 ‰, für Selbsthilfegenossenschaften jeder Geschäftsform und Detailunternehmungen anderer Art 7,5 ‰.

Es erhebt sich nun die Frage nach den Auswirkungen der dargestellten Sondersteuerformen. Die Absicht des Gesetzgebers ist einmal, im Sinne der Forderungen der Mittelstandsbewegung in den Konkurrenzkampf der Organisationsformen des Einzelhandels einzugreifen, und zum andern, neue öffentliche Einnahmen zu beschaffen. Was zunächst die wirtschaftspolitische Zielsetzung anbelangt, so handelt es sich in der Regel um die Aufhebung irgendwelcher Vorzugsstellungen der besteuerten Einzelhandelsgebilde im Wirtschaftsleben; ja extreme Wünsche gehen immer wieder bis zur „Erdrosselung" der gefürchteten Konkurrenzformen. Wir nehmen diese Forderungen fürs erste einmal als Gegebenheiten hin und fragen, inwieweit sie durch die erläuterten steuerpolitischen Sondermaßnahmen erfüllt werden können. Die Antwort suchen wir mit den Mitteln der Lehre von den Steuerwirkungen zu geben. In der Wissenschaft herrscht nun in dieser Beziehung keineswegs einheitliche Meinung. Mit aller Vorsicht sollen darum die wichtigsten Probleme unter Berücksichtigung der bisher vorliegenden Erfahrungstatsachen behandelt werden. Ausgangspunkt bildet unsere in

der Einleitung skizzierte Anschauung vom Wirtschaftsleben als einem Stufenbau der Gebilde, die in vielgestaltigen Wechselbeziehungen stehen; dabei vollzieht sich die Bedarfsdekkung der verschiedenen räumlichen Einheiten (insbesondere der Volkswirtschaften) im Zusammenwirken zahlreicher Wirtschaftszweige und ihrer branchenmäßigen Untergliederungen. Wenn in den Aufbau bestimmter Organisationsformen des Einzelhandels eines Landes steuerpolitische Eingriffe erfolgen, so müssen sich daraus zwangsläufig irgendwelche Veränderungen in der Gesamtstruktur des ökonomischen Lebens ergeben. Mancherlei Nah- und Fernwirkungen dieser steuerlichen Maßnahmen werden eintreten. Es ist nun aber nicht möglich, diese Steuerwirkungen isoliert zu erfassen; denn unausgesetzt erfolgen ja auch andere wirtschaftspolitische Handlungen organisierter Gesamtheiten (Staat, Selbsthilfeorganisationen), die sich mit den uns interessierenden finanzpolitischen Eingriffen verbinden. Das zu klärende Problem erweist sich also von Anfang an als sehr kompliziert. Immerhin kann wenigstens in gedanklicher Isolierung der Auswirkungen eine bestimmte Form der Sonderbesteuerung verfolgt werden, sofern man sich nur der erwähnten allgemeinen Zusammenhänge bewußt bleibt. In diesem Sinne wollen wir fragen, wie die Gebilde des Einzelhandels sich verhalten, wenn sie von einer Sondergewerbe- oder Sonderumsatzsteuer betroffen werden. Von dieser engern Problemstellung aus schreitet dann die Darstellung in immer weitschichtigere Fragenkreise vor. Da ist es nun eine alte Erfahrung, daß derjenige, der eine Steuer zu entrichten hat, sie tatsächlich nicht zu tragen braucht, wenn es ihm gelingt, sich vom Steuerdruck in irgendeiner Weise zu entlasten. Die Chance eines erfolgreichen Vorgehens im Steuerentlastungskampf wird allgemein bestimmt durch die Machtposition der Steuerpflichtigen im Gliederbau der Gebilde der Gesamtwirtschaft. Im Rahmen unseres engern Themas ist also zu untersuchen, welche Aussichten die besteuerten Organisationsformen des Einzelhandels in diesem Ringen um die Entlastung vom Steuerdruck haben. Wir beschränken uns dabei lediglich auf die erlaubte Steuerentlastung und lassen also alle illegalen Handlungen aus dem Spiele. Da kommt zunächst die Steuerüberwälzung

in Frage. Soweit diese in der Richtung vom Verkäufer auf den Käufer geht, wird sie als Fortwälzung bezeichnet. In der Tat liegt die Vermutung sehr nahe, daß die besteuerten Einzelhandelsformen die Last auf ihre Kunden, also die letzten Verbraucher fortzuwälzen suchen. Dies ganz besonders dann, wenn der Gesetzgeber als Bemessungsgrundlage den Umsatz wählt, so daß die Prozent- oder Promillesätze der Sonderumsatzsteuer einfach auf die Verkaufspreise geschlagen werden können. Aber eine solche, scheinbar überzeugende Argumentation bedarf der kritischen Prüfung. Ein kurzer Exkurs in die Preistheorie ist notwendig. Wir haben schon in der Einleitung die Auffassung von der Wirtschaft als einen preisregulierten Apparat, durch den Gütermengen hin und her bewegt werden, als wirklichkeitsfremd abgelehnt. Tatsächlich ist der noch immer weitverbreitete Glaube an ein einheitliches Preisgesetz nicht haltbar. Allgemein läßt sich nur sagen, daß zwei einander entgegengesetzte Grundtendenzen die Preisbildung beherrschen, die sich in den regionalen Gliederungen des Wirtschaftslebens verschiedenartig auswirken: Einmal zeigt sich im intensiven Tauschverkehr engerer regionaler Einheiten die Tendenz zu unbeweglicher Preisbildung mit starken Unterschieden in der Preishöhe. Zum andern aber wirkt sich nun die Gegentendenz zur wirtschaftlichen Verflechtung über weite Räume aus, die bezüglich der Preisbildung zu wachsender Beweglichkeit und zu stärkerem interregionalem Preisausgleich führt. Wir müssen uns begnügen, diese Erkenntnis, für die die Preisstatistik immer wieder Beweise liefert, mit dem einfachen Hinweis auf die bekannte verschiedenartige Bewegung der Großhandels- und der Lebenshaltungskostenindices zu belegen. Die Preisbildung des Einzelhandels wird in hohem Maße charakterisiert durch ein großes Beharrungsvermögen und mangelnden interregionalen Preisausgleich. Aber es sind gerade die vom kleinen Einzelhändler als Konkurrenz empfundenen besondern Organisationsformen, die in starkem Maße dazu beitragen, daß sich die aus dem internationalen Wirtschaftsverkehr stammende Gegentendenz zu größerer Beweglichkeit und rascherem interregionalem Preisausgleich durchsetzt. Dies macht sich namentlich bei sinkender Preisentwicklung geltend, wo das Streben

nach Erhaltung einer auskömmlichen Existenz besonders scharf mit den entgegengesetzten Bemühungen in Konflikt kommt, durch entschiedene Preisermäßigung trotz sinkender Kaufkraft der Konsumenten noch neue Absatzchancen zu gewinnen. Nunmehr können wir zu den speziellen Steuerentlastungsfragen zurückkehren. Sofort zeigt sich, daß die vermutete Fortwälzung der Sondersteuern auf den Konsumenten nicht unbedingt einzutreten braucht. Die Konkurrenten der kleinen Einzelhändler haben aus absatzpolitischen Erwägungen kein unbedingtes Interesse, die auf ihnen lastenden Sondersteuern auf die letzten Verbraucher abzuwälzen; am wenigsten bei sinkenden, aber auch nicht bei steigenden Preisen. Der vom Gesetzgeber erwünschte Preisausgleich unter den Gebilden des Einzelhandels, die in verschiedener ökonomischer Position dem Konsumenten gegenüberstehen, braucht also gar nicht einzutreten. Dazu gesellen sich aber noch weitere Tatbestände. Die besteuerten Einzelhandelsformen sind in der Steuerabwehr nicht allein auf die Mittel der Preiserhöhung bzw. der Qualitätsverschlechterung angewiesen, sondern ihnen stehen noch andere Wege offen. Hier ist vor allem die Steuerrückwälzung vom Käufer auf den Lieferanten zu beachten. Tatsächlich haben die Konkurrenzformen des kleinen Einzelhandels auf dem Beschaffungsmarkt eine Vorzugsstellung. Warenhäuser, Massenfilialgeschäfte und Einheitspreisgeschäfte und nicht zuletzt die Konzernbildungen dieser Firmen vermögen schon allein durch die Größe ihrer Aufträge einen starken Einfluß auf die Verkaufsbedingungen ihrer Lieferanten auszuüben. Gerade der Umstand, daß sie in starker ökonomischer Position den Großhändlern und Fabrikanten gegenübertreten können, ermöglicht ja der Tendenz zu größerer Beweglichkeit und zu schnellerem interregionalem Preisausgleich in die Sphäre des Einzelhandels einzudringen, wo an sich die entgegengesetzte Preisbildungstendenz großen Einfluß hat. Man darf eben die Einzelhandelsgebilde nicht nur in ihrer Beziehung zum Konsumenten betrachten, sondern muß auch auf ihre Verknüpfung mit dem übrigen Wirtschaftsleben Rücksicht nehmen. Die schwierige Aufgabe, auch bei rückläufigen Preisen rentabel zu wirtschaften, vermögen die Konkurrenten des kleinen Einzelhänd-

lers ganz besonders kraft ihrer starken Position auf dem Beschaffungsmarkt verhältnismäßig leicht zu lösen. Andererseits können sie eine Preissteigerung durch Ausnützung der Tendenz zu interregionalem Preisausgleich in erheblichem Umfang mildern. Diese Erkenntnis hat die weitsichtige Politik der Selbsthilfeorganisationen des kleinen Einzelhandels folgerichtig zur Schaffung eigener Großeinkaufseinrichtungen geführt. Es besteht also aller Grund zur Annahme, und die Tatsachen bestätigen es, daß die von Sondersteuern belasteten Einzelhandelsfirmen eine Steuerrückwälzung auf die Lieferanten versuchen und mindesten zum Teil durchsetzen werden. Soweit kleine Gewerbetreibende zu diesen Lieferanten gehören, werden sie Steuerwirkungen einstellen, die durchaus nicht im Sinne des Mittelstandsschutzes liegen. Zu alledem kommt noch die weitere Erscheinung, die man als Steuereinholung oder Steuerersparung bezeichnet. Es ist nämlich dem Steuerpflichtigen möglich, durch Steigerung seiner ökonomischen Leistungsfähigkeit die ihm zugedachte Steuerlast zu mildern oder gar aufzuheben. Dies geschieht wie bei jeder wirtschaftlichen Rationalisierung durch Verbesserung des Verhältnisses von Aufwand und Erlös. Wenn man nun annimmt, daß gerade die steuerpflichtigen Einzelhandelsfirmen schon an sich vielgestaltige und große Kostenvorteile haben, so ist es auch sehr wahrscheinlich, daß ihnen durch weitere Rationalisierungsmaßnahmen auch die Steuereinholung zum mindesten in gewissem Umfange gelingen wird. In diesem Falle würden die Sondersteuern nicht zu einer Schwächung, sondern zu einer Stärkung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit der betroffenen Firmen führen. Zu diesem Ergebnis kommt in der Tat einer der besten Kenner des Problems des Steuerentlastungskampfes auf Grund der Erfahrung mit der alten preußischen Warenhaussteuer [38]: „Dort sollte diese Steuer die Warenhäuser treffen, um die kleineren Geschäfte zu fördern, sie hatte aber eine gegenteilige Wirkung. Die Steuer war hoch genug, die Errichtung neuer Warenhäuser von mäßiger Größe zu verhindern und machte es daher den

[38] E. R. A. Seligman, Die Lehre von der Steuerüberwälzung (The Shifting an Incidence of Taxation) herausgeg. v. K. Bräuer, Jena 1927, Seite 343.

bestehenden möglich, den Markt noch mehr unter ihre Kontrolle zu bringen." Beachtet man, daß in der Gegenwart neben den Sondersteuern Errichtungs- und Erweiterungssperren bestehen, so ist es noch wahrscheinlicher, daß die mittelstandspolitischen Ziele der ganzen Gesetzgebung nicht erreicht werden. Aber wir wollen nun noch den letzten extremen und durch geschichtliche Erfahrung nicht belegten Fall behandeln, daß den besteuertern Firmen eine Steuerentlastung in keiner Richtung hin gelingt, und sie also tatsächlich „erdrosselt" werden. Die Folge wäre eine tiefgehende Umgliederung im Bau der ökonomischen Gebilde. In milderer Form bewirkt jede wirtschaftspolitische Handlung eine Strukturwandlung. Aber gerade ein so radikaler Eingriff, wie ihn die völlige Vernichtung bestimmter Einzelhandelsformen darstellt, verdient wissenschaftliche Beachtung. Es kommen dann nämlich die sonst schwer erfaßbaren, weil nur schwächer auftretenden ökonomischen Fernwirkungen besonders klar zur Geltung. Fabrikanten und Großhändler würden einen wichtigen Kunden verlieren, die kreditgebenden Banken sähen ihre Forderungen bedroht, die Zeitungen müßten auf einen wichtigen Inserenten verzichten, das in Anlage- und Betriebsvermögen investierte Kapital wäre fehlgeleitet, die Warenhausangestellten würden den Arbeitsmarkt belasten und die Konsumenten wären einer wichtigen Form der Beschaffung von Konsumgütern beraubt und müßten darangehen, irgendwie die entstandene Lücke auszufüllen. Auch die Staatswirtschaft würde durch die Vernichtung der besteuerten Betriebe benachteiligt; denn es käme ja zum Versiegen der Steuerquelle, aus der man schöpfen wollte. Gerade diese Ueberlegung ermöglicht uns, zum mindesten vom rein finanzpolitischen Standpunkt ein Urteil über diese Sondersteuer zu fällen. Das fiskalische Interesse und die wirtschaftspolitische Zielsetzung der öffenlichen Gewalten stehen hier nicht im Einklang. Der Staat wird zwecks Erhaltung seiner Steuereinnahmen auf die Steigerung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit gerade jener Formen des Einzelhandes bedacht sein müssen, deren Entfaltung er im Sinne der mittelstandspolitischen Forderungen einschränken sollte. Und zwar ist der Staat vom Standpunkte seiner Einnahmensbeschaffung aus an der Erhaltung möglichst vie-

ler Konkurrenzformen des kleinen Einzelhandels interessiert. Die geschichtliche Erfahrung zeigt nämlich, daß die älteren Sondersteuern, die im wesentlichen auf Warenhäuser abstellten, wenig ertragreich waren. Erst indem man — vom fiskalischen Standpunkt aus völlig konsequent — von der Sondergewerbesteuer zur Sonderumsatzsteuer schritt und dabei den Kreis der Steuerpflichtigen immer weiter zog, konnte man diese Zwecksteuern ergiebiger gestalten. Wir haben im Anhang (Tabelle IX A—C) die Ergebnisse der allgemeinen und der besondern Umsatzsteuern in Frankreich und Deutschland auf Grund der neuesten verfügbaren Statistiken zusammengestellt. Noch immer ist die Bedeutung der Sondersteuereinnahmen nicht sehr groß. Man kann nur sagen, daß ihre Ertragsfähigkeit sich um so eher steigern läßt, je mehr der mittelstandspolitische Schutzgedanke in den Hintergrund gedrängt wird. Aber mit dem Hinweis auf diesen bei Zwecksteuern häufig auftretenden circulus vitiosus dürfen wir uns nicht begnügen. Wenn finanzpolitische Erwägungen nicht den Ausschlag geben, erhebt sich die Frage, in welchem Verhältnis der durch Sondersteuern tatsächlich erreichbare Mittelstandsschutz zu den erzielten nachteiligen Umgliederungsvorgängen im ganzen Wirtschaftsleben stehen. Damit aber wird unser Blick auf noch viel weitere Zusammenhänge gelenkt, die im letzten Kapitel behandelt werden sollen.

V. Der Mittelstand und die Strukturwandlungen des Wirtschaftslebens.

Unsere Darstellung ist von der Schilderung der bestehenden Organisationsformen im Einzelhandel ausgegangen und hat dann die wirtschafts- und finanzpolitischen Eingriffe in den hier bestehenden großen Konkurrenzkampf verfolgt. Dabei zeigte speziell die Untersuchung der „Warenhaussteuer“ (vgl. Kapitel IV), daß der Staat immer mehr zu Maßnahmen gegenüber großen ökonomischen Gebilden geschritten ist, die schließlich gar nicht mehr im engen Bereich des Einzelhandels tätig zu sein brauchen. Ferner haben wir gesehen, daß der Staat nicht allein mittelstandspolitische Ziele verfolgt. Ihn leiten auch

finanzpolitische Erwägungen, und letzten Endes muß seine Politik auf das Zusammenspiel aller Glieder der Volkswirtschaft Rücksicht nehmen. Unter diesem Gesichtspunkt läßt besonders die Betrachtung der neuesten Sperrmaßnahmen (vgl. Kapitel III) erkennen, daß der Staat sich nicht nur auf die Abwehr von „Feinden" des kleinen Einzelhandels beschränken kann, sondern auch die beruflichen Fähigkeiten der geschützten Personen einer kritischen Prüfung unterziehen und sie gegebenenfalls planmäßig verbessern muß. Alle diese Erwägungen drängen schließlich zur Frage nach der Art und dem Wert staatlicher Mittelstandspolitik überhaupt. Nachdem wir uns bisher darauf beschränkt haben, die wichtigsten Gegebenheiten zu ordnen und zu erklären, soll nunmehr versucht werden, ein Urteil abzugeben, inwieweit der Staat mit seinen Maßnahmen auf dem „richtigen" Weg ist.

Um in so prinzipieller Weise Stellung nehmen zu können, sind wir genötigt, das ganze Problem der Lage des Mittelstands im Verlauf der Strukturwandlungen des Wirtschaftslebens aufzurollen. Unserer Grundeinstellung entsprechend werden wir dabei die ökonomisch-soziale Seite dieser Frage und die damit verbundenen politischen und kulturellen Erscheinungen als Einheit betrachten. Wenn auch der Begriff des Mittelstands in der Wissenschaft sehr umstritten ist, besteht doch insoweit Uebereinstimmung, daß man den kleinen Einzelhändler als e i n e n typischen Repräsentanten dieser im übrigen schwer abgrenzbaren sozialen Schicht allgemein anerkennt. Im großen Gliederbau des Gesellschafts- und Wirtschaftslebens steht der kleine Einzelhändler nach seinen Ideen und Interessen mitten darin zwischen den typisch kapitalistischen, d. h. unternehmungsweise, rational-gewinnstrebig erwerbenden Schichten und den typisch proletarischen d. h. ins Lohnverhältnis gebundenen, unselbständig erwerbenden Personenkreisen. Aus der Fülle der sich hieraus ergebenden Spannungen hat unsere Darstellung eine für ihn sehr wichtige Erscheinung herauszuheben: In seinem engeren Wirkensbereich, im Einzelhandel, fühlt er sich durch das Bestehen zahlreicher Konkurrenzformen beeinträchtigt und sucht darum nach Abhilfe in dieser schwierigen Situation. Vom Standpunkt der Gesamtwirtschaft aus gesehen, bedeutet

dies, daß bestimmte Strukturwandlungen eingetreten sind, deren nachteilige Wirkungen im Interesse des kleinen Einzelhandels wieder aufgehoben werden sollen. Wir haben die hier zugrundeliegenden Veränderungen in der Wirtschaftsstruktur kennengelernt. Im wesentlichen handelt es sich um Vorgänge der Umgliederung und Neugestaltung, die mit dem Hineinwachsen der Organisationsformen des Einzelhandels in eine überwiegend kapitalistische Wirtschaft mit wachsender Differenzierung der Bedarfe und der Art und Weise ihrer Deckung verknüpft sind. Im Zuge dieser Entwicklung ist eine steigende Zahl von Menschen in den Dienst der Gütervermittlung an den letzten Verbraucher getreten. Trotz dieser Expansion im Bereich des Güteraustauschs hat der kleine Einzelhandel die an sich günstigen Chancen des Erwerbs bisher nur in beschränktem Umfange ausnützen können. Wir haben dargetan, daß die Statistik keinerlei Anhaltspunkte bietet, die die Vorstellungen von der Vernichtung der kleinen Existenzen oder von der allgemeinen Ueberfüllung des Handels bestätigen. Aber in Zeiten rückläufiger Konjunktur und starker Wandlungen im Wirtschaftsleben müssen manche über ein an sich schon niedriges Einkommen verfügenden kleinen Einzelhändler den ganzen Druck einer ungünstigen ökonomischen Gesamtlage mit besonderer Eindringlichkeit empfinden. Es ist daher verständlich, wenn in solchen Notlagen eine Gegenbewegung eingeleitet wird, da es zum Wesen aller gesellschaftlichen Gebilde gehört, daß sie um Dauer und Bestand ringen. Wir fragen nun aber gerade, welches im Hinblick auf das Gedeihen der Gesamtwirtschaft der „richtige" Weg ist, die im Sonderbereich des Einzelhandels bestehenden Schwierigkeiten zu beheben. Es ist gezeigt worden, wie der Staat durch Maßnahmen gegenüber besonderen Organisationsformen des Einzelhandels, durch öffentliche Wettbewerbsordnung und durch direkte Eingriffe in die Preisbildung den ihm erwachsenden Aufgaben gerecht zu werden versucht hat. Auf diese Weise hat die staatliche Wirtschaftspolitik bereits manche Forderungen der Mittelstandsbewegung erfüllt, aber es müssen auch andere Interessen als speziell diejenigen der kleinen Einzelhändler mitberücksichtigt werden. Umgekehrt haben die Angehörigen des Mittel-

stands sich nicht darauf beschränkt, auf die staatliche Wirtschafts- und Finanzpolitik Einfluß zu gewinnen, sondern sind zu umfangreichen Selbsthilfemaßnahmen geschritten. Die nichtstaatlichen Verbandsbildungen der Menschen, also im Falle des Mittelstands die Berufsvereinigungen verschiedenster Art und die Genossenschaften, erweisen sich, wie überall, als wichtige Träger moderner Wirtschaftspolitik [39]. Wenn ihnen auch manche staatliche Machtmittel fehlen, so verfügen sie doch andererseits über recht wirksame Methoden, ihre wirtschaftspolitischen Absichten durchzusetzen. Durch die Selbsthilfeorganisationen des kleinen Einzelhandels werden zunächst einmal manche inneren Differenzen zwischen den Mitgliedern der Verbände ausgeglichen. Mit erhöhter Stoßkraft vermag man so an den wechselnden Fronten des wirtschaftlichen Machtkampfes die Interessen zu vertreten. Die Wirksamkeit der Verbandspolitik wird durch Verwendung besonderer organisatorischer Machtmittel (Beispiel: Appell an das Solidaritätsgefühl, schwarze Listen, ausschließlicher Verbandsverkehr) erhöht. Nicht zuletzt sucht man durch die Presse auf die öffentliche Meinung im Sinne der mittelstandspolitischen Forderungen einzuwirken. Ja, die Entwicklung zeigt immer mehr Beispiele für eine auch gesetzlich geförderte Zusammenarbeit zwischen Staat und Selbsthilfeorganisationen. So haben wir bereits erwähnt, daß nach schweizerischem Recht Großunternehmungen des Detailhandels mit den zuständigen Verbänden des Einzelhandels über Eröffnung und Erweiterung von Filialgeschäften Vereinbarungen abschließen können, die der bundesrätlichen Genehmigung unterliegen, und durch die besondere Schiedsstellen zur Durchführung des Bewilligungsverfahrens eingesetzt werden. Hier bahnen sich sehr beachtenswerte neuere Tendenzen an, deren Bedeutung noch klarer in Erscheinung tritt, wenn man die Art und Weise des Vorgehens der mittelständlerischen Selbsthilfeorganisationen einer nähern Prüfung unterzieht. In diesem Zusammenhang muß daran erinnert werden, daß sich als besonders organisationsfähig nicht die kleinsten, sondern

---

[39] Vgl. R. Büchner, Wirtschaftspolitik als Wissenschaft, in der Festgabe Fritz Fleiner, Zürich 1937.

die mittelgroßen Gebilde des kleinen Einzelhandels erwiesen haben. Hier ist im Zuge der freiwilligen Selbsthilfebestrebungen bereits ein wichtiger Selektionsprozeß eingeleitet worden. Das Ringen um die Bestanderhaltung setzt ein gewisses Maß von Eigenkraft der ökonomischen Gebilde voraus. Nur wo diese vorhanden ist, besteht Aussicht auf dauernde Eingliederung in die Gesamtwirtschaft. Der Zusammenschluß kann diesen Selbsthilfewillen verstärken, aber keineswegs aus dem Nichts schaffen. Die Verbandsbildungen im kleinen Einzelhandel werden also ihrerseits vor allem bestrebt sein müssen, ihren Mitgliedern die erfolgreiche Auseinandersetzung mit den gesamten Gegebenheiten des Wirtschaftsleben zu erleichtern. Sie haben sich dabei meist zunächst auf die Abwehr „feindlicher" Kräfte beschränkt, sind aber längst zu der Erkenntnis gelangt, daß die innere Festigung des von ihnen vertretenen Berufsstandes mindestens ebenso wichtig ist. Tatsächlich lassen sich beide Arten der Selbsthilfepolitik überhaupt nicht scharf trennen. Als Beispiel wählen wir die Einkaufsgenossenschaften, die im kleinen Einzelhandel schon eine erhebliche Rolle spielen. Die Stärke im Kampf mit den Lieferanten beruht auf der durch Zusammenschluß erreichten inneren Festigung der Position auf dem Beschaffungsmarkt. Statt der Vernichtung der andern hat man die Verstärkung der eigenen ökonomischen Stellung am richtigen Platze gewählt. So ist es denn kein Zufall, daß die Berufsvereinigungen des Mittelstandes auch immer mehr zu einer positiven und kritischen Einflußnahme auf die angeschlossenen Mitglieder selbst übergegangen sind. Wir haben bei der Erwähnung des Befähigungsnachweises gezeigt, daß ihrem Beispiel auch die staatliche Wirtschaftspolitik gefolgt ist. Als wirksamste Abwehr mag die Vernichtung des Gegners erscheinen, aber die hervorgerufenen Strukturveränderungen stehen im Mißverhältnis zum erzielbaren Erfolg. Minder scharfe Abwehrmaßnahmen können die Kraft des Gegners sogar verstärken. Darum wird man in der Praxis tatsächlich auf neue Wege gedrängt, die eine innere Stärkung der Zusammengeschlossenen und Beschützten zum Ziel haben. In dieser Richtung erwachsen der modernen Berufsstandspolitik immer neue Aufgaben. Die Wirksamkeit ihrer Mittel ist vor den Realitäten des Wirt-

schaftslebens einer ununterbrochenen Bewährungsprobe ausgesetzt. Wir haben gesehen, daß alle Organisationsformen des Einzelhandels bestimmte Vorzüge und Nachteile aufweisen. Dazu verschiebt der Wandel der Marktlagen dauernd die überkommenen Positionen. Ueberblickt man noch längere Zeiträume, so erkennt man, wie jeweils gerade die neuauftretenden Gebilde als besonders gefährliche Gegner empfunden werden; einst war es die gewinnstrebige Unternehmung überhaupt, später wandte sich der Kampf gegen die Warenhäuser und Konsumvereine, heute sind die Einheitspreis- und Massenzweiggeschäfte sowie die „fahrenden Läden" in das Zentrum der Auseinandersetzungen gerückt. Kurz, der Konkurrenzkampf vollzieht sich in einem steten Wechsel der Fronten. Aus der Erfahrung wissen wir, daß viele Machtkämpfe im Wirtschaftsleben, wenn die Niederringung des Gegners nicht möglich ist, mit einem Zusammenschluß der ehemaligen Feinde enden. Nun liegt der eigentliche Konflikt unter den Organisationsformen des Einzelhandels im Bereich des Absatzes an den letzten Verbraucher, während in der Sphäre der Warenbeschaffung weitgehende Uebereinstimmung der Interessen als Käufer herrscht. Hier liegen Ansatzpunkte zu einer Kooperation des gesamten Berufsstands Einzelhandel, die es einer weitsichtigen Politik ermöglichen kann, Vorteile, die zunächst einzelne Berufsgenossen für sich erstritten haben, durch Zusammenarbeit und Erfahrungsaustausch immer breiteren Kreisen zugute kommen zu lassen. Es ergäbe sich so ein Weg, an die Stelle der alten Feindschaft und des eifersüchtigen Nachahmens der gefürchteten Konkurrenten die Förderung des Schwachen durch den Starken im höhern gemeinsamen Berufsinteresse treten zu lassen.

In der Wirtschaftspraxis selbst beginnt man zu erkennen, daß die bestehenden schweren Interessenkonflikte durch vermehrte Zusammenarbeit der beteiligten Kreise überwunden werden müssen [40]. Die Selbsthilfebestrebungen sehen sich zunächst vor die Aufgabe der innern Reorganisation der verschiedenen Einzelhandelsbetriebe gestellt. Hier-

[40] Für die Schweiz vgl. insbes. P. Beuttner, Das Reorganisationsproblem im schweizerischen Detailhandel, Solothurn 1939, und E. Hans Mahler, Detail-Handel im Umbruch, Zürich 1939.

bei spielt die Förderung der beruflichen Tüchtigkeit eine wichtige Rolle. Gerade die kleinen Detailhändler vertreten seit langem das Postulat obligatorischer Prüfung der Befähigung, des Leumunds und der finanziellen Leistungsfähigkeit als Vorbedingung für die Berufszulassung. Ob eine solche Privilegierung durch Erteilung von Fähigkeitsnachweisen im scharfen Konkurrenzkampf eine ausreichende Stütze bieten wird, erscheint nach aller Erfahrung recht zweifelhaft. Ueber die Berufswahl hinaus bedarf das ganze weitere Wirtschaftsgebaren des Einzelhändlers der beratenden Pflege. Manche innerbetrieblichen Vorteile bestimmter Konkurrenzformen des kleinen Detailhandels können dabei für diesen selbst in zweckentsprechender Weise nutzbar gemacht werden. Den Ausgangspunkt bildet die Anleitung zu ordnungsmäßiger Rechnungslegung. Die Selbsthilfeverbände der Kleinhändler und Handwerker bemühen sich tatkräftig um die Vereinheitlichung der Buchhaltungssysteme und die Einführung von Kontenplänen. Sie nehmen sogar in eigenen Buchhaltungsstellen ihren Mitgliedern solche Arbeiten ab, die der Einzelne aus Mangel an Zeit oder Kenntnissen nicht durchzuführen vermag. Nun hat aber die neuzeitliche kaufmännische Verwaltung noch mancherlei andere Methoden der Erfolgsermittlung zur Ausbildung gebracht, deren Anwendung in weiteren Kreisen viele Vorteile gewähren würde. Es seien namentlich die Betriebsvergleiche erwähnt, die in Zeiten tiefgehender Strukturwandlungen des Wirtschaftslebens ganz unentbehrlich geworden sind. Sie ermöglichen den Erfahrungsaustausch zwischen Betrieben, die von verschiedensten ökonomischen Gebilden getragen werden. Die ängstliche Wahrung von „Betriebsgeheimnissen" wird sich schwerlich aufrecht erhalten lassen. Es ist vielmehr notwendig, daß die Einzelhandelsgeschäfte, die bereits über eine wohlausgebaute Betriebsstatistik verfügen, die Ergebnisse solcher Untersuchungen durch Vermittlung einer neutralen Stelle auch ihren Konkurrenten zugänglich machen. Die in manchen Ländern schon bestehenden Forschungsinstitute für den Handel haben gezeigt, daß es möglich ist, die verschiedensten Interessentenkreise zu gemeinsamer Arbeit zusammenzuführen. Erst auf der eingehenden Kenntnis der Wirtschaftsbedingungen des

Einzelhandels wird eine nutzbringende allgemeine Betriebsberatung aufgebaut werden können. Dabei gelangt man vom Studium der innerbetrieblichen Verhältnisse zu der wichtigen Frage der marktwirtschaftlichen Verflechtung der verschiedenen Träger des Detailhandels. Ueber die erfolgreiche Eingliederung der einzelwirtschaftlichen Gebilde in den Gesamtaufbau des ökonomischen Lebens entscheidet in erster Linie die private Unternehmerinitiative. Daneben aber kommt der Politik der Verbandsbildungen (Organisationsformen einfacher und höherer Art) eine wachsende Bedeutung zu. Die gemeinsamen Interessen auf den verschiedenen Märkten haben zu Zusammenschlüssen im Einzelhandel geführt, vermittels derer heute schon Persönlichkeiten von großer Tatkraft das Schicksal ihres ganzen Berufsstandes beeinflussen. Allerdings ist es bisher immer nur einzelnen Gruppen von Detailhändlern gelungen, sich in solchen Interessenorganisationen zusammenzufinden. Daraus resultieren erhebliche Nachteile, die in den beredten Klagen über die moderne „Verbandswirtschaft" ihren Ausdruck finden. In der Tat gehört es zu den großen Zukunftsaufgaben der Selbsthilfepolitik, auf breitester Basis einen organisatorischen Aufbau des Wirtschaftslebens zu schaffen, der ein gedeihliches Zusammenwirken von privater Initiative und genossenschaftlichem Geist ermöglicht. Auch in dieser Beziehung wird die objektive Erforschung der ökonomischen Gegebenheiten manchen alten Streit überwinden helfen. Der einzelne Träger des Detailhandels ist nach allen Seiten hin mit der Gesamtwirtschaft verbunden, sei es bei der Beschaffung von Waren, Kredit und Arbeitskräften, sei es beim Absatz von Sachgütern und Dienstleistungen.. Im Zusammenspiel der verschiedenen Wirtschaftszweige und ihrer branchenmäßigen Untergliederungen hat zunächst der Einzelhandel als Ganzes viele gemeinschaftliche Interessen zu vertreten. Die Verstärkung der Berufsstandssolidarität erweist sich als unentbehrlich. Auf den Beschaffungsmärkten stehen die Detailhändler häufig machtvollen Großunternehmungen und Zusammenschlüssen der Produzenten und Großhändler, des Verkehrs- und Bankgewerbes, sowie nicht zuletzt den Organisationen der Arbeitnehmer gegenüber. Hier bieten die bestehenden Verbände der

Detaillisten oft nicht ausreichenden Schutz, weil bei ihnen die innerberuflichen Konflikte noch allzusehr ein geschlossenes Auftreten nach außen hemmen. Anderseits steht nun aber der Einzelhandel auf den Absatzmärkten mit allen „letzten Verbrauchern" in Beziehung, von deren ökonomischer Lage seine eigene Existenz in hohem Maße abhängig ist. Dieser Tatbestand drängt immer wieder die Erkenntnis auf, daß der Einzelhandel über die engere Berufsstandspolitik hinaus an der Herbeiführung eines ganz allgemeinen Interessenausgleichs mitzuwirken hat, der für das Gedeihen des gesamten Wirtschafts- und Gesellschaftslebens von grundlegender Bedeutung ist. Wenn die Einsicht der Beteiligten nicht ausreicht, wird die Gesetzgebung des Staates eingreifen müssen.

Damit sind wir auf die staatliche Wirtschaftspolitik zurückgekommen, deren Maßnahmen bezüglich des Einzelhandels ihren Ausgangspunkt vom Gedanken des Mittelstandsschutzes genommen haben. Das Mittelstandsproblem als Ganzes umfaßt nun aber weitere gesellschaftliche Gruppen als die kleinen Einzelhändler. Der Staat muß seine Aufmerksamkeit auch zahlreichen Handwerkern, Grund- und Hausbesitzern, Kleinrentnern und manchen Angehörigen der freien Berufe widmen. Darüber hinaus meldet ein „neuer Mittelstand", nämlich die Menge der Privatangestellten und der Beamten, eigene Forderungen an. Die ökonomische Interessenlage dieser verschiedenen Schichten des Mittelstands ist keineswegs einheitlich gestaltet. Maßnahmen, die dem kleinen Einzelhändler Schutz gewähren sollen, können in ihren Fernwirkungen anderen Mittelstandskreisen geradezu Schaden bringen. Im Hinblick auf die Fülle der zu lösenden wirtschaftlichen Probleme wird die staatliche Mittelstandspolitik gezwungen, ihr ganzes Rüstzeug der wirtschaftspolitischen Mittel und Formen einer kritischen Prüfung zu unterziehen. So sei darauf verwiesen, daß schon manchenorts die öffentliche Wohnungswirtschaft in den Dienst des Einzelhandelsschutzes gestellt wird. Im Zusammenhang mit den Stadtbauplänen beginnt man die Frage zu erörtern, in welchem Umfange man den verschiedenen Detailhandelsbetrieben das Vordringen in die eigentlichen Wohnquartiere gestatten soll und inwieweit bei den Sanierungsarbeiten in den

alten Geschäftsvierteln lebensunfähige Einzelhandelsläden zum Verschwinden gebracht werden können. Aber die hier vorliegenden ökonomischen Zusammenhänge sind noch viel umfassenderer Natur. Die moderne Mittelstandspolitik muß allgemein Produzenten- und Konsumenteninteressen miteinander in Einklang zu bringen suchen. Dabei stößt sie vor allem auf die noch immer verbreitete Meinung, daß der Handel überhaupt „unproduktiv" sei und nur die Warenpreise verteuere. Erst allmählich erkennt man in der breitern Oeffentlichkeit die Bedeutung der Dienstleistungen neben den Sachgütern für die menschliche Bedarfsdeckung. Im Zuge der wirtschaftlichen Differenzierung sind aber namentlich die Industriestaaten längst zu hochqualifizierter Leistungsproduktion übergegangen. Der Einzelhandel in allen seinen Formen gehört nun zu diesen Leistungsproduzenten, und der Staat ist in höchstem Maße daran interessiert, daß die Ordnung der Gütervermittlung an den letzten Verbraucher eine bestmögliche Lösung findet. Gerade bei mangelhafter Konsumgüterversorgung, wie sie namentlich in Kriegszeiten auftritt, zeigt sich immer wieder die Notwendigkeit der rationellen Gestaltung der Handelsfunktionen. Es kann nun aber gar keine Form der Detailhandelsträger für sich allein den Anspruch erheben, in der einzig richtigen Art und Weise der Beschaffung von Verbrauchsgütern zu dienen. Vielmehr kommt es, wie überall in der arbeitsteiligen Wirtschaft, auf das wirkungsvolle Zusammenspiel aller Gebilde und Organisationsformen des Einzelhandels an. Daraus ergibt sich jedoch zugleich die Konsequenz, daß der Gesetzgeber nicht unter allen Umständen in der Lage ist, die Existenz jeder Einzelwirtschaft zu garantieren. Wo die eigene Lebenskraft der ökonomischen Gebilde nicht ausreicht, um eine zweckentsprechende Eingliederung in die Gesamtwirtschaft zu ermöglichen, sind der Einflußnahme des Staats wie der Selbsthilfeorganisationen Grenzen gezogen. In Zeiten tiefgehender Veränderung der gesamten Wirtschaftsstruktur vollziehen sich große Bewegungen innerhalb der gesellschaftlichen Schichtenbildung. In diesem wechselvollen Prozeß des sozialen Auf- und Abstiegs der verschiedenen Gruppen entstehen Probleme, die die staatliche Wirtschaftspolitik vor schwierige

Aufgaben stellen. Das ökonomische Schicksal der selbständig Erwerbenden ist keineswegs immer grundverschieden von demjenigen der unselbständigen Lohnarbeiter. Es kann das Besitzeinkommen sehr niedrig und unsicher werden, so daß die Selbständigkeit der Existenz höchst fragwürdig erscheint. Dementsprechend erhält die moderne Mittelstandspolitik in wachsendem Maße den Charakter der Sozialpolitik im weitern Sinne. Anderseits ist die einstmalige Industriearbeiterschutzgesetzgebung im Ringen mit den Problemen des Arbeitsmarkts vor ganz allgemeine wirtschaftspolitische Aufgaben gestellt worden. Das staatliche Handeln in bezug auf einzelne Wirtschaftszweige und gesellschaftliche Schichten läßt keine scharfe Gebietstrennung mehr zu sondern verlangt einheitliche Betrachtung. Daraus resultiert aber auch die Erkenntnis, daß alle staatliche Wirtschafts- und Sozialpolitik verschiedengestaltig sein muß, um die Vielzahl der widerstrebenden Ideen und Interessen in einem wohlabgestimmten System der Mittel und Wege zum Ausgleich zu bringen. Ein Blick in die Geschichte lehrt, daß die Lösung einer solchen schwierigen Aufgabe keineswegs unmöglich ist. Die Wirtschaftspolitik der großen mittelalterlichen Städte in ihrer Blütezeit hat sowohl den Handwerkern und kleinen Einzelhändlern des engern lokalen Bereichs die „bürgerliche Nahrung" zu sichern gesucht, als auch gleichzeitig dem unternehmungsweisen Fernhandel die Tore geöffnet, um eine weltweite Wirtschaftsverflechtung zu ermöglichen. Andere Zeiten haben mit anderen Gegebenheiten zu rechnen und können nicht einfach die Maßnahmen der Vergangenheit nachahmen. Für die Gegenwart ist die eigenartige Stellung der verschiedenen Formen des Detailhandels im Rahmen der regional verschiedenen Preisbildungstendenzen von großer Bedeutung. Gerade beim Einzelhandel wäre es darum möglich, Maßnahmen der Wirtschafts- und Sozialpolitik anzuwenden, die den Bestand aller in Frage kommenden Gebilde stärken und doch zugleich die für den weltwirtschaftlichen Verkehr notwendige innere Beweglichkeit der heimischen Volkswirtschaft erhöhen würden.

Anhang.

Tabelle I.

Zu- und Abnahme der Handelsbetriebe in der Schweiz seit 1905*).

Handelszweig	Betriebe		
	1905	1929	Zu- oder Abnahme
Handel (ohne Gastgewerbe)	47 708	59 391	11 683
Waren aller Art	1 179	1 849	670
Warenhäuser	93	68	— 25
Basare	447	785	338
Trödlerei, Handel mit Abfällen etc.	639	996	357
Tiere und Pflanzen	2 814	3 638	824
Vieh	2 063	2 425	362
Andere Tiere	102	94	— 8
Heu, Stroh, Düng- und Futtermittel	649	1 119	470
Lebens- und Genußmittel	24 084	29 367	5 283
Milch, Butter, Obst, Gemüse etc.	4 372	5 935	1 563
Getreide, Mehl, Mühlenprodukte	558	339	— 219
Spezereien, Kolonialwaren, Gemischtwaren etc.	14 749	17 467	2 718
Andere Lebensmittel, Delikatessen	637	2 355	1 718
Tabak, Tabakwaren	853	1 481	628
Wein, Spirituosen	2 400	1 462	— 938
Bier	449	261	— 188
Alkoholfreie Getränke	66	67	1
Bekleidungsartikel und Textilwaren	6 566	7 988	1 422
Textilstoffe und -waren, Bekleidungsartikel verschiedener Art	3 192	2 838	— 354
Wäsche, Wirkwaren	363	1 093	730
Mercerie, Bonneterie, Garne, Stickereien	1 441	1 816	375
Kleiderkonfektion	432	620	188
Schuhwaren, Leder, Pelzwaren	806	1 277	471
Hüte, Mützen, Schirme, Stöcke	332	344	12
Heizstoffe, Holz-, Stein-, Ton- und Glaswaren	3 631	3 217	— 414
Brennholz, Kohlen	872	1 449	577
Baumaterialien, Nutz- und Bauholz	1 305	547	— 758
Holzwaren aller Art, Korb-, Bürsten-, Spielwaren	405	282	— 123
Möbel, Tapeziererwaren, Decken, Teppiche	478	627	149
Stein-, Gips-, Glas- und Tonwaren	571	312	— 259
Papier-, Seil- und Kautschukwaren	907	1 203	296
Häute, Felle, Borsten, Därme	231	109	— 122
Papier, Papierwaren, Tapeten, Linoleum	632	978	346
Seile, Netzwaren	16	16	—
Gummi, Gummiwaren	28	100	72

(Fortsetzung) Tabelle I.

Handelszweig	Betriebe		
	1905	1929	Zu- oder Abnahme
Chemische Produkte und Drogen	1 157	19 83	826
Flüssige Brennstoffe, Drogen, Seifen	589	1 332	743
Apotheken	568	651	83
Metallwaren, Apparate und Instrumente	2 585	5 371	2 786
Metall- und Eisenwaren, elektrische und Radioapparate	1 092	1 859	767
Uhren, Bijouteriewaren	455	1 549	1 094
Maschinen aller Art, Automobile und Fahrräder, Waffen	903	1 623	720
Sanitätsartikel	86	56	— 30
Musikinstrumente	49	284	235
Bücher, Kunst- und Sammelgegenstände	784	1 412	628
Verlag, Sortimentsbuch- und Musikalienhandlungen, Zeitungskioske	487	1 089	602
Antiquariatsbuchhandlungen	9	21	12
Leihbibliotheken mit Erwerbszweck	18	22	4
Kunsthandlungen, Antiquitäten	118	218	100
Andere Sammelgegenstände	152	62	— 90
Bank- und Börsenwesen	783	979	196
Versicherungswesen	648	541	— 107
Versicherungsanstalten	74	46	— 28
Selbständige Versicherungsagenturen	574	495	— 79
Hilfsdienste d. Handels, Vermittlungen	2 570	1 843	— 727
Technische und kaufmännische Organisation, Beratung	503	675	172
Patentbureaux	34	56	22
Liegenschafts- und Wohnungsvermittlung, übrige Agenturbureaux	1 671	482	— 1 189
Ausstellungen, Messen	.	4	.
Annoncen- und Reklamebureaux	139	210	71
Zeitungs- und Depeschenagenturen	6	23	17
Private Arbeits- und Stellenvermittlung	167	144	— 23
Auskunftsbureaux, Wach- und Schließgesellschaften	7	97	90
Pfandleihanstalten	11	9	— 2
Verleihinstitute	22	67	45
Schreib- und Uebersetzungsbureaux	10	76	66

*) Eidgenössisches Statistisches Amt, „Der schweizerische Handel nach der Betriebszählung 1929", Bern 1938, S. 7/8.

Tabelle II.

Prozentuale Zu- und Abnahme der einzelnen Handelszweige in der Schweiz seit 1905 *).

Handelszweig	Betriebe	Personen
	Zu- oder Abnahme seit 1905 in %	
Handel (ohne Gastgewerbe)	24	67
Waren aller Art	57	107
Warenhäuser	— 27	164
Basare	76	78
Trödlerei, Handel mit Abfällen etc.	56	68
Tiere und Pflanzen	29	40
Vieh	18	14
Andere Tiere	— 8	— 11
Heu, Stroh, Düng- und Futtermittel	72	104
Lebens- und Genußmittel	22	38
Milch, Butter, Obst, Gemüse etc.	36	64
Getreide, Mehl, Mühlenprodukte	— 39	— 25
Spezereien, Kolonialwaren, Gemischtwaren etc.	18	31
Andere Lebensmittel, Delikatessen	270	278
Tabak, Tabakwaren	74	62
Wein, Spirituosen	— 39	— 18
Bier	— 42	0
Alkoholfreie Getränke	2	44
Bekleidungsartikel und Textilwaren	22	74
Textilstoffe und -waren, Bekleidungsartikel verschiedener Art	— 11	25
Wäsche, Wirkwaren	201	244
Mercerie, Bonneterie, Garne, Stickereien	26	131
Kleiderkonfektion	44	158
Schuhwaren, Leder, Pelzwaren	58	106
Hüte, Mützen, Schirme, Stöcke	4	12
Heizstoffe, Holz-, Stein-, Ton- und Glaswaren	— 11	21
Brennholz, Kohlen	66	93
Baumaterialien, Nutz- und Bauholz	— 58	— 32
Holzwaren aller Art, Korb-, Bürsten-, Spielwaren	— 30	— 3
Möbel, Tapeziererwaren, Decken, Teppiche	31	62
Stein-, Gips-, Glas- und Tonwaren	— 45	— 12
Papier-, Seil- und Kautschukwaren	33	68
Häute, Felle, Borsten, Därme	— 53	— 41
Papier, Papierwaren, Tapeten, Linoleum	55	81
Seile, Netzwaren	—	13
Gummi, Gummiwaren	257	463

(Fortsetzung) Tabelle II.

Handelszweig	Betriebe	Personen
	Zu- oder Abnahme seit 1905 in %	
Chemische Produkte und Drogen	71	135
Flüssige Brennstoffe, Drogen, Seifen	126	214
Apotheken	15	45
Metallwaren, Apparate und Instrumente	108	148
Metall- und Eisenwaren, elektrische und Radioapparate	70	96
Uhren, Bijouteriewaren	241	263
Maschinen aller Art, Automobile und Fahrräder, Waffen	80	185
Sanitätsartikel	— 35	— 53
Musikinstrumente	480	861
Bücher, Kunst- und Sammelgegenstände	80	114
Verlag, Sortimentsbuch- und Musikalienhandlungen, Zeitungskioske	124	144
Antiquariatsbuchhandlungen	.	55
Leihbibliotheken mit Erwerbszweck	22	28
Kunsthandlungen, Antiquitäten	85	104
Andere Sammelgegenstände	— 59	— 36
Bank- und Börsenwesen	25	193
Versicherungswesen	— 17	127
Versicherungsanstalten	— 38	139
Selbständige Versicherungsagentureu	— 14	114
Hilfsdienste des Handels, Vermittlungen	— 28	9
Technische und kaufmännische Organisation, Beratung	34	25
Patentbureaux	65	43
Liegenschafts- und Wohnungsvermittlung, übrige Agenturbureaux	— 71	— 69
Ausstellungen, Messen	.	.
Annoncen- und Reklamebureaux	51	102
Zeitungs- und Depeschenagenturen	.	505
Private Arbeits- und Stellenvermittlung	— 14	— 4
Auskunftsbureaux, Wach- und Schließgesellschaften	.	1 326
Pfandleihanstalten	— 18	.
Verleihinstitute	205	345
Schreib- und Uebersetzungsbureaux	.	724

*) „Der schweizerische Handel . . .“, a. a. o. S. 9/10.

Tabelle III.

Verteilung der in den schweizerischen Handelsbetrieben beschäftigten Personen nach Größenklassen der Betriebe, 1905 und 1929 *).

Handelszweig	Jahr	Beschäftigte im ganzen	Beschäftigte in den Betrieben mit ... Personen								
			1	2	3	4—5	6—9	10—19	20—50	51—100	über 100
Waren aller Art . .	1929	9 657	742	998	627	693	749	859	1 250	822	2 917
	1905	4 667	487	704	366	406	329	536	1 088	162	589
Tiere, Pflanzen . . .	1929	5 697	2 720	1 038	708	429	352	111	164	—	175
	1905	4 081	2 125	840	435	393	160	76	52	—	—
Vieh	1929	3 072	2 043	500	249	129	130	21	—	—	—
	1905	2 697	1 682	508	204	198	73	32	—	—	—
Lebens- und Genußmittel	1929	66 839	13 064	19 720	9 936	7 909	5 605	4 415	4 048	1 103	1 039
	1905	48 429	11 983	15 076	7 221	5 898	3 480	3 181	1 049	428	113
Milch, Obst, Gemüse usw.	1929	14 237	2 343	4 152	2 313	2 071	1 129	897	875	166	291
	1905	8 702	2 126	2 800	1 473	1 049	458	509	174	—	113
Spezereien, Gemischtwaren usw. . .	1929	36 443	8 032	12 342	5 688	3 570	2 311	1 680	1 674	764	382
	1905	27 911	7 503	9 662	4 197	2 962	1 499	1 064	596	428	—
Andere Lebensmittel, Delikatessen usw. .	1929	6 400	953	1 420	939	980	661	569	458	54	366
	1905	1 695	256	392	219	254	207	226	141	—	—
Bekleidungsartikel, Textilwaren	1929	33 896	2 773	4 340	3 186	3 643	4 147	4 310	4 933	2 486	4 078
	1905	19 531	2 392	4 102	2 601	2 840	2 468	2 491	1 657	595	385
Textilien, Bekleidungsartikel versch. Art .	1929	13 477	843	1 432	1 188	1 590	1 922	1 946	1 963	1 024	1 569
	1905	10 749	1 072	1 834	1 359	1 631	1 601	1 455	1 028	384	385
Wäsche, Wirkwaren .	1929	3 310	424	638	444	425	412	376	331	119	141
	1905	963	132	240	153	145	109	95	89	—	—
Mercerie, Bonneterie, Stickereien . . .	1929	9 067	757	974	600	582	708	947	1 388	1 039	2 072
	1905	3 918	595	948	447	497	363	601	256	211	—
Kleiderkonfektion .	1929	3 156	149	332	306	351	398	513	811	—	296
	1905	1 225	128	322	174	196	171	161	73	—	—

(Fortsetzung) Tabelle III.

Handelszweig	Jahr	Beschäftigte im ganzen	Beschäftigte in den Betrieben mit ... Personen								
			1	2	3	4—5	6—9	10—19	20—50	51—100	über 100
Schuhwaren, Leder-, Pelzwaren . . .	1929	4 130	430	780	537	580	623	487	389	304	—
	1905	2 003	341	498	315	279	191	168	211	—	—
Heizstoffe, Holz-, Stein-, Ton- und Glaswaren .	1929	12 008	1 221	1 576	1 068	1 536	1 876	2 159	2 001	467	104
	1905	9 932	1 777	1 704	1 026	1 356	1 431	1 346	1 102	190	—
Brennholz, Kohlen . .	1929	5 012	585	674	477	686	759	978	779	74	—
	1905	2 602	413	384	315	323	342	394	241	190	—
Möbel, Tapeziererwar., Decken, Teppiche .	1929	2 572	219	340	216	317	324	445	331	276	104
	1905	1 591	204	198	132	283	253	257	264	—	—
Papier-, Seil- und Kautschukwaren . . .	1929	4 590	430	630	420	518	687	954	655	296	—
	1905	2 735	362	490	333	471	289	347	311	132	—
Chemische Produkte, Drogen	1929	8 677	432	1 020	1 164	1 534	1 193	1 108	1 123	373	730
	1905	3 695	303	528	882	798	487	452	245	—	—
Apotheken . . .	1929	2 533	75	304	552	698	358	288	91	—	167
	1905	1 741	88	250	657	434	152	129	31	—	—
Metallwaren, Apparate, Instrumente . . .	1929	20 609	1 973	2 714	1 968	2 607	2 661	3 926	2 952	1 346	462
	1905	8 306	1 024	1 304	975	1 206	1 291	1 098	901	507	—
Metall- u. Eisenwaren, elektr. Apparate usw.	1929	7 944	570	1 002	720	1 008	1 029	1 551	1 283	781	—
	1905	4 048	387	580	405	542	580	636	645	283	—
Maschinen aller Art, Automobile, Fahrräder	1929	7 749	585	654	501	921	1 079	1 756	1 324	467	462
	1905	2 721	394	396	342	357	505	367	211	149	—
Bücher, Kunst- und Sammelgegenstände .	1929	5 421	625	636	417	621	794	498	949	484	397
	1905	2 536	281	400	315	421	391	466	262	—	—
Im ganzen	1929	167 394	23 980	32 672	19 494	19 490	18 064	18 340	18 075	7 377	9 902
	1905	103 912	20 734	25 148	14 154	13 789	10 326	9 993	6 667	2 014	1 087

*) „Der schweizerische Handel ...“, a. a. O. S. 26.

Tabelle IV.

Betriebe und Unternehmungen des schweizerischen Einzelhandels, 1929 *).

Zahl der beschäftigten Personen	Zahl der		Beschäftigte Personen in	
	Betriebe	Unternehmungen	Betrieben	Unternehmungen
1	22 034	18 647	22 034	18 647
2—3	20 599	17 728	46 734	40 133
4—5	3 494	2 898	15 119	12 489
6—10	1 832	1 495	13 374	10 937
11—20	621	582	8 725	8 218
21—50	298	232	8 993	7 002
51—100	60	60	4 096	4 029
101—200	15	30	2 099	4 101
201—500	9	20	2 542	6 299
501—1000	1	5	559	3 124
über 1000	—	1	—	1 924
Im ganzen	48 963	41 698	124 275	116 903

*) Eidgenössisches Statistisches Amt, „Die Unternehmungen in der Schweiz". Band 5 der eidg. Betriebszählung 1929, Statistische Quellenwerke der Schweiz, Heft 29, Bern 1933, S. 55.

Tabelle V.

Betriebe und Unternehmungen des schweizerischen Einzelhandels nach Gruppen, 1929 *).

Einzelhandel mit	Zahl der		Beschäftigte Personen in	
	Betriebe	Unternehmungen	Betrieben	Unternehmungen
Waren aller Art . .	7 234	7 051	17 410	17 258
Tieren und Pflanzen .	807	745	1 890	2 064
Lebens- u. Genußmitteln	23 634	19 340	48 534	49 031
Bekleidungsartikeln und Textilwaren . . .	6 845	5 611	21 438	18 089
Heizstoffen, Holz-, Stein-, Ton- und Glaswaren .	2 290	2 062	7 281	6 642
Leder-, Papier-, Seil- und Kautschukwaren	1 008	896	3 176	2 879
Chemischen Produkten und Drogen . . .	1 520	1 401	5 152	5 130
Metallwaren, Apparaten und Instrumenten .	4 213	3 692	13 973	12 360
Büchern, Kunst- und Sammelgegenständen	1 412	900	5 421	3 450
Kleinhandel im ganzen .	48 963	41 698	124 275	116 903

*) „Die Unternehmungen in der Schweiz", a. a. O. S. 56.

Tabelle VI.

Unternehmungen des schweizerischen Einzelhandels mit Lebensmitteln, 1929 *).

Zahl der beschäftigten Personen	Unternehmungen	Beschäftigte Personen
1	7 845	7 845
2—3	8 047	17 985
4—5	935	4 028
6—10	383	2 766
11—20	144	2 089
21—50	54	1 731
51—100	24	1 565
101—200	12	1 681
201—500	9	2 899
501—1000	2	1 347
über 1000	1	1 924
Im ganzen	17 456	45 860

*) „Die Unternehmungen in der Schweiz", a. a. O. S. 56.

Kosten im deutschen Einzelhandel, 1930/35 *).

Handelszweig und Betriebsform	Gesamtkosten [1]) in % vom Umsatz					
	1930	1931	1932	1933	1934	1935
Lebensmittelfachgeschäfte (vorwiegend ohne Frischobst und -gemüse)	11,7–16,8 [2]) [3])	12,8–18,9 [2]) [3])	17,6	17,7	16,5	15,8
Fachgeschäfte f. Schokolade und Süßwaren	—	rd. 29	—	28,5 [2])	28,0 [2])	27,3 [2])
Tabakwarenfachgeschäfte	rd. 18	—	21,1	22,4	23,8 [4])	20,6 [4]) [5])
Fachgeschäfte für:						
Textilwaren aller Art	24,2 [2]) [3])	25,1 [2]) [3])	—	29,4	25,8	25,4
Kurz-, Weiß- u. Wollwaren	—	—	—	28,6	26,3	25,2
Wirk- und Strikwaren	—	—	—	30,6	26,8	26,6
Wäsche [6])	26,6 [7])	29,8 [7])	32,9 [7])	33,4 [7])	27,3 [7])	28,2 [7])
Bettwaren	—	—	—	—	—	32,1
Kleider- und Wäschestoffe	—	—	—	33,4	25,2	28,7
Damen-u. Mädchenkleidung	30,7 [2]) [3])	30,9 [2]) [3])	—	35,0	31,3	31,5
Herren- u. Knabenkleidung	—	—	—	31,7	27,6	26,8
Herrenausstattungen	28,3 [2]) [3])	29,9 [2]) [3])	—	35,2	29,2	28,3
Herrenhüte und Mützen	29,3 [2]) [3])	31,7 [2]) [3])	—	—	—	35,4
Teppiche und Möbelstoffe	29,8 [2]) [3])	33,3 [2]) [3])	—	—	—	29,8
Handarbeiten	—	—	—	—	—	34,8
Sportartikel u. -bekleidung	26,9 [7])	28,0 [7])	32,8 [7])	28,7 [7])	26,5 [7])	25,2 [7])
Schuhwaren	23,3 [7])	24,2 [7])	25,9 [7])	24,1 [7])	24,1 [7])	23,6 [7])
Möbel [2])	23,2 [3])	23,4 [3])	29,5 [3])	28,2 [3])	25,4 [3])	27,3
Glas- und Porzellanwaren, Hausrat	—	35,9 [7])	40,1 [7])	38,4 [7])	33,2 [7])	31,9 [7])
Haus-u. Küchengeräte, Porzellanwaren, Eisenwaren	28,6 [7])	32,3 [7])	37,2 [7])	33,6 [7])	30,5 [7])	29,3 [7])
Eisenwaren, Oefen und Herde. Hausrat	22,3 [7])	25,9 [7])	28,7 [7])	23,9 [7])	21,2 [7])	20,5 [7])
Tapeten	32,8 [7])	35,0 [7])	39,1 [7])	37,1 [7])	32,4 [7])	36,5 [7])
Funkgeräte u. -zubehör	28,5 [7])	31,8 [7])	—	—	32,0 [7])	30,0 [7])
Nähmaschinen	38,9 [2]) [3])	38,6 [2]) [3])	—	—	35,0	—
Klaviere	45	—	65	68	56—61	rd. 50
Apotheken	37,1	—	42,2	39,8	37,9	—
Drogerien	19,6 [8])	21,4 [8])	22,4 [8])	32,0	29,7	28,0
Fachgeschäfte für:						
Photogeräte und -bedarf	—	—	—	—	40,0	39,0–39,5
Farben und Lacke [9])	29,0	—	36,3	35,8	—	rd. 35,5
Seifen-u. Wirtschaftsartikel	—	—	—	—	—	34,2 [7])
Uhren [10])	37,7 [7])	44,5 [7])	52,9 [7])	50,1 [7])	40,4 [7])	39,1 [7])
Juwelen, Gold- und Silberwaren, Uhren	36,2	—	47,2	46,4	40,0	43,8
Papier-, Schreibwaren und Bürobedarf	—	35,2 [2])	39,5 [2])	38,1	34,8	32,9
Blumen	—	—	47,6 [7])	48,2 [7])	45,3 [7])	42,2 [7])
Leder und Schuhmacherbedarf	18,5 [7])	21,0 [7])	24,2 [7])	23,9 [7])	23,1 [7])	21,7 [7])

Tabelle VII. (Fortsetzung)

Handelszweig und Betriebsform	Gesamtkosten [1]) in % vom Umsatz					
	1930	1931	1932	1933	1934	1935
Büromaschinen und Organisationsmittel [2]) [3])	—	32,8	34,4	31,3	25,7	25,0
Kraftfahrzeuge [10])	—	—	—	10,7 [7])	9,1 [7])	8,8 [7])
Landmaschinen	—	—	—	—	—	20,7 [7])
Warenhäuser [2])	24,9 [7])	26,7	31,6	32,8	32,4	32,3
Kaufhäuser [2])	24,9 [7])	26,7	29,6	30,5	28,7	29,2
Ländliche Gemischtwarengeschäfte (vorwiegend Textilwaren)	—	—	—	29,7	—	25,9
Teilzahlungsgeschäfte (vorwiegend Bekleidung) [11])	—	—	—	—	36,4 [7])	31,5 [7])
Gesamter Einzelhandel [12])	21,7	23,3	25,5	25,2	23,4	22,5

1) Gesamtkosten ohne Zinsen für das im Betrieb arbeitende Eigenkapital.
2) Ermittelt vom Institut für Konjunkturforschung.
3) Nach Angaben des Instituts für Konjunkturforschung teilweise ohne Unternehmergehalt.
4) Ab 1934 wurden nur Betriebe berücksichtigt, die bis höchstens 10 % Großhandelsumsätze tätigten.
5) Ohne Abschreibungen auf Außenstände.
6) Im Jahre 1933 Veränderung der Art der berichterstattenden Betriebe durch Uebergang der Statistik von dem ehemaligen Verband Deutscher Wäschegeschäfte und Wäschehersteller auf die Fachgruppe Textil-Einzelhandel.
7) Ohne Abschreibungen.
8) Ohne Unternehmergehalt.
9) Bis zu 50 % Großhandelsumsatz.
10) Ab 1933 konnten die Kosten und Leistungen des Verkaufsgeschäftes gesondert erfaßt werden.
11) Kosten in % vom Kasseneingang.
12) Kosten einschließlich eines Unternehmergehalts und einer Vergütung für unentgeltlich mitarbeitende Familienangehörige. Abschreibungen auf die Geschäftseinrichtung und die Außenstände konnten bei der Berechnung der Gesamtkosten in einigen weniger wichtigen Handelszweigen nicht berücksichtigt werden. Zinsen für das im Geschäft arbeitende Eigenkapital sind in den Gesamtkosten nicht enthalten.

Anmerkung: Zur Klarstellung des Umfanges der Vergleichsstörung bei Nichtberücksichtigung eines Unternehmergehalts sei mitgeteilt, daß beispielsweise in Fachgeschäften für Textilwaren aller Arten die Gesamtkosten ohne Unternehmergehalt im Jahre 1934: 19,4 %, im Jahre 1935: 19,2 % vom Umsatz ausmachten. Die gleiche Berechnungsweise ergibt als prozentuale Kostenhöhe bei

Fachgeschäften für	1934	1935
Kurz-, Weiß- und Wollwaren	18,6 %	18,1 %
Wirk- und Strickwaren	21,1 %	20,6 %
Damen- und Mädchenkleidung	25,7 %	25,9 %
Herren- und Knabenkleidung	22,6 %	21,7 %
Herrenausstattungen	21,2 %	20,5 %

*) Reichskuratorium für Wirtschaftlichkeit, „Die Kosten des deutschen Einzelhandels, ihr Gefüge und ihre Entwicklung im Verhältnis zum Umsatz von 1930 bis 1935“, Schriftenreihe der Forschungsstelle für den Handel beim RKW, Neue Folge Nr. 1, Stuttgart 1937, S. 34.

Zusammensetzung der Kosten im deutschen Einzelhandel, 1935*).

Handelszweig und Betriebsform	Personalkosten [1]	Miete und Mietwert	Sonstige Raumkosten	Reklamekosten	Steuern [2]	Zinsen für Leihkapital	Abschreibungen auf Inventar u. Außenstände	Alle übrigen Kosten [3]	Gesamtkosten [3]
Lebensmittelfachgeschäfte (vorwiegend ohne Frischobst und -gemüse)	46	16	.)	.)	13	.)	6	19	100
Fachgeschäfte für Schokolade u. Süßwaren [4]	50	29	.)	.)	.)	.)	.)	21	100
Tabakwarenfachgeschäfte [5]	45	29	4	1	10	.)	—	11	100 [6]
Fachgeschäfte für:									
Textilwaren aller Art	48	12	4	3	10	4	7	12	100
Kurz-, Weiß- und Wollwaren	53	15	4	4	9	3	2	10	100
Wirk- und Strickwaren	49	16	4	4	9	.)	3	15	100
Wäsche	47	17	5	4	8	5	2	12	100
Bettwaren	44	21	6	6	8	.)	2	13	100
Kleider- und Wäschestoffe	47	13	4	5	10	.)	3	18	100
Damen- und Mädchenkleidung	51	17	5	5	8	.)	2	12	100
Herren- und Knabenkleidung	43	14	5	7	10	4	4	13	100
Herrenausstattungen	45	22	6	4	9	.)	2	12	100
Herrenhüte u. Mützen	47	24	6	3	7	.)	3	10	100
Teppiche u. Möbelstoffe	45	15	4	7	9	.)	3	17	100
Handarbeiten	51	22	5	2	7	.)	2	11	100
Sportartikel und -bekleidung	39	17	4	9	9	.)	—	22	100 [6]
Schuhwaren	44	18	5	4	9	.)	2	18	100
Möbel [4]	41	16	.)	5	10	.)	.)	28	100
Glas- und Porzellanwaren, Hausrat	44	17	4	3	7	.)	3 [7]	22	100 [7]
Haus- und Küchengeräte, Porzellan- und Eisenwaren	49	15	4	2	7	4	5	14	100
Eisenwaren, Oefen und Herde, Hausrat	50	10	2	2	8	5	7	16	100
Tapeten	47	14	2	3	5	.)	—	29	100 [6]
Funkgeräte u. -zubehör	49	10	.)	5	.)	.)	—	36	100 [6]
Nähmaschinen [8]	63	10	.)	.)	.)	.)	—	27	100 [6]
Klaviere	38	12	.)	.)	.)	.)	12	38	100
Apotheken [8]	54	11	3	.)	7	8	4	13	100
Drogerien	45	19	6	3	9	.)	4	14	100
Fachgeschäfte für: Photogeräte u. -bedarf	48	19	5	4	7	.)	3-4 [7]	14	100 [7]

Tabelle VIII. (Fortsetzung)

Handelszweig und Betriebsform	Personalkosten [1]	Miete und Mietwert	Sonstige Raumkosten	Reklamekosten	Steuern [2]	Zinsen für Leihkapital	Abschreibungen auf Inventar u. Außenstände	Alle übrigen Kosten [3]	Gesamtkosten [8]
Farben und Lacke [9]	53	16	.)	.)	6	.)	3 [7]	22	100 [7]
Seifen- u. Wirtschaftsartikel	45	26	.)	.)	.)	.)	2 [7]	27	100 [7]
Uhren [10]	39	20	11	6	.)	.)	4 [7]	20	100 [7]
Juwelen, Gold- und Silberwaren, Uhren	49	15	3	3	6	3	5	16	100
Papier-, Schreibwaren und Bürobedarf	51	20	4	2	6	.)	2	15	100
Blumen	56	22	.)	.)	5	.)	—	17	100 [6]
Leder u. Schuhmacherbedarf	57	15	.)	.)	8	4	—	16	100 [6]
Büromaschinen u. Organisationsmittel [4]	46 [11]	9	.)	3	6	.)	.)	36	100 [11]
Kraftfahrzeuge [10]	44	7	2	5	.)	.)	—	42	100 [6]
Landmaschinen	52	7	2	1	.)	2	—	36	100 [6]
Warenhäuser [4]	50	13	3	5	10	4	.)	15	100
Kaufhäuser [4]	50	12	3	5	12	2	.)	16	100
Ländliche Gemischtwarengeschäfte (vorwiegend Textilwaren)	51	12	4	4	9	.)	4	16	100
Teilzahlungsgeschäfte (vorwieg. Bekleidung)	62	7	1	.)	.)	.)	—	30	100 [6]
Gesamter Einzelhandel	48	16	.)	.)	10	.)	.)	26	100 [12]

1) Einschließlich eines Unternehmergehalts und einer Vergütung für unentgeltlich mitarbeitende Familienangehörige.
2) Umsatz- und Gewerbesteuer.
3) Ohne Zinsen für Eigenkapital.
4) Errechnet nach Angaben des Instituts für Konjunkturforschung.
5) Bis zu 10 % Großhandelsumsatz.
6) Ohne Abschreibungen.
7) Ohne Abschreibungen auf Außenstände.
8) Zahlen für 1934.
9) Bis zu 50 % Großhandelsumsatz.
10) Ohne Kosten der Reparaturwerkstatt.
11) Ohne Unternehmergehalt und ohne Vergütung für unentgeltlich mitarbeitende Familienangehörige.
12) Siehe Fußnote 12) zu Tabelle VII.
.) In „alle übrigen Kosten" enthalten.

*) „Die Kosten des deutschen Einzelhandels ...", a. a. O. S. 42.

Ergebnisse der allgemeinen und der besonderen Umsatzsteuern in Frankreich und Deutschland.

A. Erträge der allgemeinen und besonderen Umsatzsteuer in Frankreich 1933/36 *).

Steuerform	Steuererträge in Tausend franz. Franken			
	1933	1934	1935	1936
Allgemeine Umsatzsteuer .	6 854 078	6 384 500	5 857 709	6 123 224
Sonderumsatzsteuer . .	119 884	125 553	92 127	115 362
davon entfallen auf Umsätze				
über 1 bis 2 Millionen Fr.	1 655	1 628	1 473	1 423
„ 2 „ 10 „ „	10 263	10 414	9 264	9 419
„ 10 „ 100 „ „	35 474	36 098	31 852	35 517
„ 100 „ 200 „ „	20 621	20 528	13 585	17 582
„ 200 „ „	51 870	56 883	35 342	49 907
Rôles individuels . .	—	—	681	1 514

*) Nach dem französischen „Annuaire statistique", Paris.

B. Ergebnisse der gesamten und der erhöhten Umsatzsteuer in Deutschland 1935 *)

Steuerform	Veranlagungsfälle	Versteuerte Umsätze in Mill. RM	Steuererträge in Mill. RM
Gesamte Umsatzsteuer . .	3 359 900	112 149,0	1 893,8
Erhöhte Umsatzsteuer allein .	7 462	5 129,9	128,2
davon entfallen auf die Gewerbezweige			
Landwirtschaft	860	61,7	1,5
Industrie und Handwerk . .	3 085	1 175,7	29,4
Handel und Verkehr . . .	2 848	3 838,7	96,0
Uebriges Gewerbe . . .	669	53,8	1,3

*) Nach „Umsatzsteuerstatistik 1935" Statistik des Deutschen Reichs, Bd. 511, I., Berlin 1938.

Tabelle IX. (Fortsetzung)

C. Erhöhte steuerpflichtige Umsätze der Gewerbeabteilung Handel und Verkehr in Deutschland 1935*).

Gewerbegruppe	Veranlagungsfälle	Versteuerte Umsätze in Mill. RM
Einzelhandel	1 075	3 287,0
darunter		
Warenhäuser	50	728,9
Filialbetriebe	75	523,3
Kaufhäuser	89	344,1
Einheitspreisgeschäfte	13	244,3
Einzelhandel mit Textilwaren aller Art	71	205,2
Einzelhandel mit Web-, Wirk-, Strick-, Kurz- und Besatzwaren	93	174,5
Versandgeschäfte	17	128,3
Einzelhandel mit Schuhwaren .	18	54,2
Einzelhandel mit Haus- und Küchengeräten und Wohnbedarf	41	52,5
Einzelhandel mit Herren- und Knabenkleidung	28	51,6
Einzelhandel mit Damen- und Mädchenkleidung	28	45,1
Großhandel	1 320	339,1
Gaststättenwesen	192	165,0
Verlagsgewerbe, Handelsvermittlung und sonstige Hilfsgewerbe des Handels	94	27,2

*) „Umsatzsteuerstatistik 1935“ a. a. O.

Literaturübersicht.

Albrecht G. Artikel „Mittelstand, Mittelstandsbewegung" im Wörterbuch der Volkswirtschaft, 4. Aufl. Jena 1932.

Angrisani, G. L'organizzazione delle vendite al dettaglio e le dimensioni dell'impresa. In: Rivista Italiana di Science Economiche. Jg. 1939, S. 412 ff.

Ausschuß zur Untersuchung der Erzeugungs- und Absatzbedingungen der deutschen Wirtschaft. III. Unterausschuß, 9. Arbeitsgruppe (Handel).

Baer, K. St. Der Kampf gegen Großbetriebe des Einzelhandels und die Volkswirtschaft. Jena 1932.

Beckmann, Th. N. and *Nolen, H. C.* The Chain Store Problem. New York, London 1938.

Beuttner, P. Das Reorganisationsproblem im schweizerischen Detailhandel. Solothurn 1939.

Bibliographie des Einzelhandels 1883—1933. Herausgeg. vom Einzelhandelsinstitut der Universität Köln. Stuttgart 1935.

Blumenstein, E. Steuerrechtliches Gutachten über die projektierte Ausgleichsteuer auf Großunternehmungen des Einzelhandels. Zürich 1938.

Braithwaite, D. and *Dobbs, S. P.* The distribution of consumable goods. London 1932.

Brauer, Th. Mittelstandspolitik, in „Grundriß der Sozialökonomik", IX. Abt. II. Teil, Tübingen 1927.

Brisco, N. A. and *Wingate, J. W.* Buying for retail stores. New York 1937.

Büchner, R. Artikel „Warenhaussteuer" im Handwörterbuch der Staatswissenschaften, 4. Aufl. 8. Bd. Jena 1928.

Büchner, R. Der Genossenschaftsgedanke im Wandel der Wirtschaftssysteme, in: Schweiz. Handelswiss. Zeitschrift, 26. Jg. (1932) S. 65 ff.

Bürgin, P. Migros A.-G., Usego, V.S.K. Ein Ausschnitt aus dem schweizerischen Lebensmittelhandel. Basler Betriebswirtschaftliche Studien Heft 2, Basel 1939.

Champion, W. Studie zur Funktion der kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften in der Schweiz. Berner Diss. 1926.

Collin, F. Rapport sur les classes moyennes artisanales et commerçantes. 2me éd. Bruxelles 1937.

Converse, P. D. The Elements of Marketing. Rev. Edit. New York 1937.

Corey, L. The Crisis of the Middle Class. New York 1935.

Cottier, H. La crise du petit commerce. Diss. Lausanne 1930.

van Dam, H. G. Preisunterbietungen als Mißbrauch wirtschaftlicher Macht und als unzulässiger Wettbewerb. Basler Studien zur Rechtswissenschaft. Heft 9. Basel 1935.

Denneberg, E. Begriff und Geschichte des Warenhauses: Privatrechtliche Verhältnisse der schweizerischen Warenhäuser. Berner Diss. Zürich 1937.

Dunlop, W. R. Retail Profits. in: Economic Journal vol. 39 (1929) S. 357 ff.

Eidgenössisches Statistisches Amt. Der schweizerische Handel nach der Betriebszählung 1929. Sonderabdruck aus der Zeitschrift f. schweiz. Statistik und Volkswirtschaft 1936—1938, Reihe Db. 5. Bern 1938.

Eidgenössisches Statistisches Amt. Die Unternehmungen der Schweiz. Bd. 5 der eidg. Betriebszählung 1929. Statistische Quellenwerke der Schweiz, Heft 29, Bern 1933.

Filene, E. A. Next steps forward in retailing. New York, London 1937.

Fleischner, R. Die reversmäßige Preisbindung von Markenartikeln. Diss. Zürich 1938.

Ford, P. Excessive competition in the retail trades. Changes in the numbers of shops, 1901—1931, in Economic Journal, vol. 45 (1935) Seite 501 ff.

Ford, P. Decentralisation and changes in the numbers of shops, 1901—1931, in: Economic Journal vol. 46 (1936) S. 359 ff.

Frey, A. H. Der Ausverkauf im schweizerischen Recht unter besonderer Berücksichtigung des zürcherischen Gesetzes über das Ausverkaufswesen vom 26. August 1917. Diss. Zürich 1935.

Froehlich, W. European experiments in protecting small competitors, in: Harvard Business Review. vol. 17 (1939) S. 442 ff.

Gabler, W. K. Volkswirtschaftliche Probleme der Warenhäuser in den Vereinigten Staaten von Amerika. Zürcher Diss. 1934.

Gabler, W. K. Labeling the consumer movement. American Retail Federation, Washington D. C. 1939.

Gehrig, H. Die Warenhaussteuer in Preußen. Leipzig 1905.

Germann, O. A. Vorschläge zur bundesrechtlichen Regelung der Ausverkäufe und ähnlicher Veranstaltungen. Zeitschr. f. schweiz. Recht 1936.

Grether, E. T. Resale price maintenance in Great Britain with an application to the problem in the United States. Berkeley (California) 1935.

Grether, E. T. Price Control under Fair Trade Legislation. Oxford Univ. Press. 1939.

Grimm, W. Das Problem der Uebersetzung des Warenhandels im Lichte der Statistik. Frankfurter Diss. 1933.

Handbuch der schweizerischen Volkswirtschaft. 2 Bde., Bern 1939.

Handbuch des Einzelhandels, herausgeg. von *R. Seyffert*, Stuttgart 1932.

Häsler, O. Der internationale Schutz der Fabrik- oder Handelsmarken. Berner Diss. Aarau 1937.

Heilinger, B. Der Schutz des mittelständischen Detailhandels gegen Warenhäuser, Kaufhäuser, Einheitspreis- und Filialgeschäufte, durch den Bundesbeschluß vom 14. Oktober 1933. Berner Diss. 1937.

Hirsch, J. Der moderne Handel, seine Organisation und Formen und die staatliche Binnenhandelspolitik, in: Grundriß der Sozialökonomik, V. Abt., II. Teil, 2. Aufl. Tübingen 1925.

Hug, W. Die Preiskontrolle in der Schweiz, in: Zeitschrift für schweizerische Statistik und Volkswirtschaft. 74. Jg. (1938) S. 355 ff.

Internationale Handelskammer. Kennzahlen zur Handelsforschung. Berlin 1935.

Internationale Handelskammer. Die Absatzwirtschaft in 26 Ländern. Broschüre Nr. 95, Paris 1938.

Jouas, Fr. Les ventes au rabais dans le commerce de détail. Thèse, Paris 1934.

Kaufmann, P. Statistische Erforschung des Einzelhandels. Zur Frage eines Einzelhandels-Census, in: Zeitschrift für schweizerische Statistik und Volkswirtschaft, 75. Jg. (1939) S. 160 ff.

Kaufmann, W. L'organisation scientifique dans les grands magasins. Comité National de l'Organisation Française. Paris 1934.

Knellwolf, A. Das Preisschleudern mit Markenartikeln nach schweizerischem Privatrecht in rechtsvergleichender Darstellung. Zürcher Diss. Altstätten 1938.

Köhler, E. Einzelhandel im Mittelalter. Beiheft 36 zur Vierteljahrschrift für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte. Stuttgart, Berlin 1938.

Lampe A. Der Einzelhandel in der Volkswirtschaft. Berlin 1930.

Lampe A. Artikel „Einzelhandel" im Handwörterbuch der Staatswissenschaften, 4. Auflage.

Laufenburger, H. Le commerce et l'organisation des marchés. Paris 1938.

Laurendeau, G. Les charges fiscales exceptionelles des grands magasins. Thèse. Univ. Toulouse 1934.

Lazlo, H. Retailer cooperatives, how to run them. New York, London 1937.

de Leener, G. La distribution des marchandises. Bruxelles 1934.

Leenhardt, A. Les magasins à prix uniques. Thèse. Paris 1935.

Leinert, H. Das Gesetz zum Schutze des Einzelhandels. Berlin 1938.

Lüer, C. Grundfragen der deutschen Absatzwirtschaft, in: Probleme des deutschen Wirtschaftslebens, herausgeg. vom Deutschen Institut für Bankwissenschaft und Bankwesen, Berlin, Leipzig 1937.

Luporini, M. Costi di distribuzione e prezzi al minuto alla vigilia delle corporazioni. Roma 1934.

Mack, R. P. Controlling Retailers. A Study of Cooperation and Control in the Retail Trade with Special Reference to the N.R.A. New York 1936.

Mahaim, E. Le consommateur, les classes moyennes et les formes modernes du commerce de détail, in: Revue Economique Internationale 28. Jg. vol. IV (1936) S. 227 ff. und 29 Jg. vol. I (1937) S. 79 ff.

Mahler, E. H. Detail-Handel im Umbruch. Zürich 1939.

Mangold, F. Die Filialunternehmungen und die Ausgleichssteuer. Basel 1938.

Marbach, F., Morel, M., Bruggmann, J. C. Gutachten über die Auswirkungen der EPA Einheitspreis-Aktiengesellschaft in Vevey auf den übrigen Detailhandel. Sonderheft 34 der „Volkswirtschaft". Bern 1938.

Marquard, J. Die Einkaufsgenossenschaften des schweizerischen privaten Detailhandels der Lebensmittelbranche, in: Mitteilungen aus dem handelswissenschaftlichen Seminar der Universität Zürich, Heft 48, Zürich 1928.

von May, A. B. Das Abzahlungsgeschäft nach schweizerischem Recht. Berner Diss. Zürich 1932.

McNair, M. P. Margins, expenses and profits in retail trade in the United States as studied by the Harvard University Bureau of Business Research, in: Economic Journal vol. 40 (1930) S. 599 ff.

Mertens, H. Die steuer- und wirtschaftspolitischen Maßnahmen bezüglich der Warenhäuser in Deutschland (1930 bis Juli 1935). Basler Diss. 1937, Köln.

Neal, L. E. Retailing and the Public. London 1933.

Nieschlag, R. Der Binnenhandel in der Wirtschaftsforschung, in: Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung, 14. Jg. (1939/40) S. 223 ff.

Nystrom, P. H. Economics of Retailing. 2 Bde 3. Aufl. New York 1930.

Nystrom, P. H. Artikel „Retail Trade", in: Encyclopaedia of the Social Sciences. New York.

Oftinger, K. Gesetzgeberische Eingriffe in das Zivilrecht. Zeitschrift für schweizerisches Recht, 57. Bd. (1938) Heft 5.

Palm, F. Ch. The middle classes then and now. New York 1936.

Picard, R. Formes et méthodes nouvelles des entreprises commerciales. Paris 1936.

Plant, A. and *Fowler, R. F.* The analysis of costs of retail distribution, in: Economica vol. VI. (1939) S. 121 ff.

Prieß, F. Artikel „Einzelhandel" im Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, 2. Aufl. Stuttgart 1938.

Probleme des Warenhauses, herausgeg. vom Verband Deutscher Waren- und Kaufhäuser E. V. anläßlich seines 25jährigen Bestehens. Berlin 1928.

Schär, A. Oekonomik und Technik der Güterverteilung unter besonderer Berücksichtigung der Konsumgenossenschaften. Genossenschaftl. Volksbibliothek, Heft 41, Basel 1938.

Schär A. Analyse der Warenverteilung in: Zeitschrift für schweiz. Statistik und Volkswirtschaft. 74. Jg. (1938) S. 448 ff.

Schapira, M. Das Unternehmen und seine Kennzeichen. Zürcher Diss. St. Gallen 1935.

Schriften des Instituts für Konjunkturforschung (Berlin).

Schriften des Schweiz. Gewerbeverbandes.

Schriften zur Einzelhandelsforschung. (Forschungsinstitut für Konsumtionsversorgung der Universität Köln.)

Schriftenreihe der Forschungsstelle für den Handel (beim Reichskuratorium für Wirtschaftlichkeit).

Schnurrenberger, A. Die corporative Organisation des schweizerischen Detailhandels. Zürcher Diss. 1927.

Schweizerischer Gewerbeverband. Statistische Berichte des S.G.V. über die Buchhaltungserhebungen.

Schwill, P. Wirtschaftspolitische Begehren betreffend Einschränkung der Handels- und Gewerbefreiheit, Bern 1934.

Simonet, Eduard. Entwicklung und Struktur des schweizerischen Einzelhandels. Berner Diss. 1939.

Simonet, Fernand. Le Petit Commerce de Détail. Paris 1937.

Splettstösser, J. Der Einzelhandel, Berlin 1936.

Spoerry, H. Das Problem der Handelsrationalisierung in grundsätzlicher Betrachtung. Genfer Diss. 1932.

Tiburtius, J. Der deutsche Einzelhandel im Wirtschaftsverlauf und in der Wirtschaftspolitik von 1925—35. In: Jahrb. für Nationalök. und Statistik. Bd. 142 (1933) S. 562 ff. und 693 ff. Jena.

Tobler, H. Der Betriebsvergleich im Einzelhandel. Berner Diss. 1935.

Veröffentlichungen der Preisbildungskommission des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartementes.

Vouters, H. Les mesures législatives destinées à enrayer la concentration du commerce de détail. Thèse. Univ. Paris 1910.

Wernicke, J. Artikel „Mittelstandsbewegung" im Handwörterbuch der Staatswissenschaften, 4. Auflage.

Williams, S. A. The Principles of Retail Distribution. London 1932.

Zambrini, S. L'iniziativa e la proprietà privata nel sistema corporativo. Firenze 1935.

Zondler, P. Die Preisbindung der zweiten Hand. Diss. Zürich 1938.

Heft

25: **Le Développement des Bourses en valeurs mobilières de la Suisse française,** von André Mayor, 1914, 72 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 2.—**

26: †**Die schweizerischen Hypothekenbanken,** von C. E. Loosli, 1914, 34 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.—**

27: †**Eine schweizerische Postsparkasse,** v. Bruno Pfister, 1914, 47 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.—**

28: **Beiträge zur Lehre von Börse und Geldmarkt,** von Jean Hotz, 1915, 80 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 2.—**

29: †**Privatwirtschaftslehre und Volkswirtschaftstheorie,** von Wilh. Wirz, 1915, 14 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 0.50**

30: †**Kanton und Kantonalbank,** von Hch. Weber, 1915, 40 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.—**

31: **L'industrie chocolatière suisse,** par Dr. Edouard Schiess, professeur, 1913, 204 p. Edition la Concorde, Lausanne Prix **Fr. 5.—**

32: **Systematische kameralistische Buchführung,** von Prof. Dr. O. Juzi, 1916, 27 S. Verlag von Speidel & Wurzel in Zürich Preis **Fr. 1.—**

33: †**Die dokumentierte Tratte,** von Dr. Max Smolensky, 1916, 16 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.—**

34: †**Die Kapitalverhältnisse der schweizerischen Versicherungsgesellschaften,** von Dr. Tad. v. Dymowsky, 1917, 22 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.—**

35: **Die Union Financière de Genève,** von H. Ch. Müller, 1917, 15 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.—**

36: **Die Bilanzen der französischen Kreditinstitute im Krieg,** von F. Ehrensberger, cand. œc., Winterthur, 1918, 15 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.—**

37: †**Die Stellung des Wechselinhabers im Konkurse des Ausstellers (Das Recht auf die Deckung). Mit besonderer Berücksichtigung der einschlägigen Bestimmungen im Entwurf zu einem Bundesgesetz über das Wechselrecht,** von P. Waldvogel, 1918, 19 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.—**

38: †**Die Finanzierung des bankmäßig organisierten Hypothekarkredites in der Schweiz (Pfandbrief — Eidgenössische Hypothekenbank),** von Dr. Ernst Wetter, 1918, 20 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.—**

39: †**Das Cif-Geschäft,** von Eugen Hüni, cand. œc., Zürich, 1919, 13 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.—**

40: †**Die Lebensversicherungsgesellschaften als Kreditgeber,** von Ernst Peter, cand. œc., 1919, 22 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.—**

41: †**Die stillen Reserven bei der Aktiengesellschaft,** von H. Homberger, 1919, 24 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.—**

42: †**Die (interne) Kontrolle im Bankbetrieb und ihre Bedeutung,** von Ad. Graf, 1920, 19 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.—**

Neue Folge.

43: **Organisation und Technik des Zürcher Rohseidenhandels,** von Kaspar Bruppacher, 1921, 19 S. Verlag von Schultheß & Co., Zürich Preis **Fr. 1.—**

44: **Das Prinzip des Gleichgewichts der Fälligkeiten im Bankbetrieb,** von Dr. Arthur Stampfli, 1922, 32 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.50**

45: †**Der Import ostindischer Baumwolle,** von Dr. Max Ziegler, 1922, 103 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 3.—**

46: **Das Anleihe-Emissionsgeschäft der Schweizerischen Banken,** von Dr. Hans Leutenegger, 1924, 148 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 6.—**

47: **Die Oekonomik der Cocon- und Rohseidenproduktion,** von Dr. Kaspar Bruppacher, 1927, 178 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 6.—**

48: **Die Einkaufsgenossenschaften des schweizerischen privaten Detailhandels der Lebensmittelbranche,** von Josephine Marquard, 1928, 26 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.50**

† Vergriffen.

(Fortsetzung siehe Seite 4 des Umschlages)

Herausgegeben von

Prof. Dr. G. Bachmann, Prof. Dr. R. Büchner und Prof. Dr. O. Juzi.

Heft

49: **Effektenarbitrage auf algebraischer Grundlage,** von Prof. Dr. O. Juzi, 1930, 14 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.—**

50: **Nationalökonomie und Betriebswirtschaftslehre,** von Prof. Dr. Richard Büchner, 1931, 11 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.—**

51: **Organisationsfragen im Rechnungswesen der Industrie,** von Dr. H. Mötteli, 1931, 12 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.—**

52: †**Die Systeme der Gewinnbeteiligung in der schweizerischen Lebensversicherung,** von Dr. Werner Th. Zollikofer, 1931, 118 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 5.—**

53: **Zur Einführung des Hypothekenpfandbriefes in der Schweiz,** von Dr. Jakob Leemann, 1931, 207 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 8.—**

54: **Die Finanzierung des Ueberseehandels mit Britisch-Indien,** von C. J. Steiger, 1. Aufl. 1932, 2. erweiterte Aufl. 1939, 32 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.50**

55: **Verlustquellen der Unternehmung,** von Prof. Dr. Richard Büchner, 1933, 36 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.80**

56: **Die Rechnungstatsachen in der Buchhaltungstheorie,** von Prof. Dr. O. Juzi, 1936, 19 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.—**

57: **Die schweizerische Handelsschule,** von Prof. Theophil Bernet, 1936, 26 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 1.20**

58: **Die schweizerische Versichertenhilfe 1924.** Darstellung der Hilfsmaßnahmen der Schweizerischen Eidgenossenschaft zugunsten der bei Deutschen Lebensversicherungsgesellschaften versicherten Schweizer, v. Dr. Peter Nabholz, 210 S. 1937. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 7.—**

59: **Die Bekämpfung des regelwidrigen Abganges in der Lebensversicherung,** von Dr. Paul Frey, 1937, 428 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 12.—**

60: †**Der englische Kapitalmarkt** mit besonderer Berücksichtigung der Finanzierung der englischen Industrie, von Dr. Edwin Frey, 1938, 296 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 7.50**

61: **Gewinn- und Verlustquellen der Lebensversicherung** mit besonderer Berücksichtigung schweizerischer Verhältnisse, von Dr. Hans Deck, 1938, 324 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 8.50**

62: **Die Kompensation als Mittel der Außenhandelspolitik** unter besonderer Berücksichtigung der Schweiz, von Dr. André Geiser, 1939, 112 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich Preis **Fr. 4.50**

63: **Die Einbruchdiebstahlsversicherung in der Schweiz,** von Hans Schleuss in Vorbereitung

64: **Einzelhandel und Mittelstandspolitik,** von Prof. Dr. Richard Büchner, Zürich, 1940, 91 S. Verlag von Schultheß & Co. in Zürich ~~Preis Fr. 1.60~~ Preis Fr. 2.85

† Vergriffen

UNIVERSITY OF ILLINOIS-URBANA
3 0112 066428837